コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方

凡例

「金融庁の考え方」においては、以下の略称を用いています。

正式名称	略称
保険業法（平成七年法律第百五号）	保険業法
保険業法施行規則（平成八年大蔵省令第五号）	保険業法施行規則
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（平成一二年法律第百一号）	金融サービス提供法
個人情報の保護に関する法律（平成十五年法律第五十七号）	個人情報保護法
保険会社向けの総合的な監督指針	監督指針

目次

分類	No.との対応関係	
	保険業法 施行規則	監督指針
顧客の最善の利益	1. ～ 13.	223. ～ 254.
意向がない場合	14. ～ 25.	255. ～ 284.
指名買い	26. ～ 30.	285. ～ 301.
意向推定	31. ～ 32.	302. ～ 310.
比較ツール	33. ～ 38.	311. ～ 318.
比較可能な同種の保険契約	39. ～ 57.	319. ～ 377.
推奨商品群	58	378. ～ 384.
合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由	59. ～ 94.	385. ～ 507.
情報提供	95. ～ 100.	508. ～ 543.
共同募集	101. ～ 106.	544. ～ 564.

分類	No.との対応関係	
	保険業法 施行規則	監督指針
共同保険	－	565. ～ 569.
更改・継続契約	107. ～ 121.	570. ～ 617.
団体・団体扱い	122. ～ 127.	618. ～ 645.
別個登録	－	646. ～ 649.
自賠責保険	128. ～ 131.	650. ～ 653,
体制整備	132. ～ 151.	654. ～ 672.
証跡保存	152. ～ 162.	673. ～ 711.
施行時期	163. ～ 184.	－
ご意見	185. ～ 212.	712. ～ 748.
その他	213. ～ 222.	749. ～ 759.

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
保険業法施行規則			
1.	―	実務上、短時間での説明を希望する顧客も多い中で、比較推奨販売に係る手続きが形式的に長時間化すると、顧客の利便性や満足度を損なうおそれがある。そのため、顧客のニーズに応じて、説明内容や対応方法を柔軟に選択できる運用とする仕組みを整備いただきたい。	今般の改正の趣旨は保険業法に基づく意向把握を前提として、顧客の意向等に照らし適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 「簡潔な説明」が何を指しているか明らかではありませんが、顧客の意向に整合的な形で、当該保険契約を選別・推奨する理由が合理的に説明できること、また、顧客の理解と納得を得られる実効的な募集が行われていることが重要であると考えています。
2.	―	法令を遵守し、お客様の立場に立った保険の取扱いは必須と考える。事故修理の際、特に外注委託をする場合、外注先の作業内容を確認の上、過不足のない適切な保険請求をすることの重要性を理解し、再徹底を指示し、社内監査も含めて徹底の仕組み強化を図っている。 その他、保険募集人に対する諸々の指導や教育支援等々、体制整備は従来からも取り組んでいるが、今回の保険業法改正を機に総点検の上、整備を図っていく。 比較推奨販売はお客様にとって保険を選ぶ際の良い方法と考えるため、お客様の利便性を損なうことのない制度設計をぜひともお願いしたい。 すべてのお客様が時間をかけて1から10まで説明されることを望んでいないことも想定される。保険契約継続のお客様、新規でもお客様がご指定の損保会社がある場合など、お客様意向を最優先にご指定損保会社の保険契約をメインに勧めていくことがあると考える。当然、損保会社を決めていないお客様には、お客様が保険で拘られる点をお聞きした上で扱い損保会社・保険を勧めていければと考えている。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
3.	―	実務上、顧客に意向を確認した場合、半数以上が保険料の安さを重視しており、それ以外の意向を把握することが難しいと感じるケースが多い。 また、比較や説明に伴う工数が増加すると、手続きが煩雑化し、顧客の負担や理解不足を招くおそれがあるため、かえって顧客利益を損なうリスクがあるのではないか。	
4.	―	兼業代理店(自動車ディーラー)では、納車時に保険手続を行うケースが多く、商品間の差異が大きくない保険については、詳細な比較説明よりも、短時間で簡潔な説明を行う方が顧客ニーズに合致する場合が多い。 こうした実務実態を踏まえ、顧客の希望に応じた柔軟な対応が可能な制度とすべきではないか。	
5.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする。)が廃止された背景は、ビッグモーター事案といった個別事案への対応にとどまらず、「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」報告書に示された「顧客本位の業務運営の徹底」、とりわけ乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保という考え方に基づくものと理解して差し支えないか。 すなわち、顧客の最善の利益を勘案する義務が改正金融サービス提供法により明確化されたこと等、法規制環境の変化を踏まえると、ハ方式を存続させることは今日的に適当ではないとの判断に至った、との理解でよいか確認したい。	ご理解のとおり、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止は、特定の個別事案への対応にとどまらず、顧客の最善の利益を重視する法制度の整備や、金融審議会ワーキング・グループの提言を踏まえ、乗合代理店における比較推奨販売の在り方を見直した結果によるものです。
6.	―	近年の保険業法違反事案の背景には、商品差が小さい損	貴重なご意見として承ります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		害保険市場において、保険会社が代理店との関係性や手数料ポイント制度、利益供与を通じて自社商品の推奨を事実上促してきた構造があり、一部の悪質な代理店がこれに便乗したことが真因であると考えられる。 一方、現行の損害保険商品は顧客意向を踏まえても明確な優劣を付けにくく、商品差による顧客トラブルは限定的である中、比較推奨販売を義務的・画一的に強化すると、代理店の負担増により乗合縮小や専属化が進み、結果として顧客の選択肢減少や募集停止リスク等、顧客不利益につながるおそれがある。 制度改正に当たっては、保険契約者利益と代理店業務負荷のバランスを考慮した、持続可能な募集体制の構築が重要である。	本改正は、金融審議会における議論を踏まえ、近年の不適切事案について、単に募集現場の問題として捉えるのではなく、保険会社による保険代理店向けの販売手数料体系や各種支援・便宜供与の在り方が、乗合代理店における顧客による適切な商品選択に影響を及ぼしてきた構造的課題があるとの認識の下で進められたものです。 議論においては、乗合代理店における比較推奨販売について、顧客の意向を丁寧に把握し、その意向に沿って合理的な基準と理由に基づく商品の選定が行われるべきである一方、保険代理店向けの販売手数料体系や各種支援・便宜供与の在り方等、顧客から見えにくい要素が推奨判断に影響する状況は是正される必要があるとの指摘がなされました。 こうした議論を踏まえ、本改正では、監督指針に基づき、保険会社に対し、過度の便宜供与や不適切なインセンティブが生じないよう、代理店管理態勢の一層の高度化を求めるとともに、乗合代理店においても、顧客の意向に照らして、適切な比較推奨販売が行われているかを確保することを目的としています。 今後とも、こうした議論を踏まえ、顧客の最善の利益の確保と代理店実務の持続可能性とのバランスを考慮しながら、実態に即した業務運営が図られることが重要と考えます。
7.	―	保険募集人と保険契約者との知識差により、意向把握の過程で、保険募集人の説明の仕方次第で顧客の意向が実質的に誘導・修正され、結果として代理店の意向に沿った保険会社・商品が選択される構図が生じ得るのではないかとの懸念がある。	保険募集において、保険募集人は、顧客の最善の利益を確保するため、保険業法に基づく意向把握・確認義務を適切に履行するとともに、金融サービス提供法の趣旨を踏まえ、顧客が自ら納得して保険商品を選択できるよう支援することも重要と考えます。 そのため、保険募集人には、顧客との知識の差を踏まえ、自ら

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		形式上は顧客意向に沿った選択と見えても、実態としては代理店の判断が強く反映されている可能性があることから、比較推奨販売の公平性・透明性を確保するため、業界や協会による統一的な比較推奨資料の整備が必要ではないか。	の専門的知識やスキルを活かして、リスクや保障(補償)の考え方などを分かりやすく説明し、顧客の理解を深めることにより、適切な意向の形成を促す役割も期待されます。 比較推奨販売においては、顧客が説明内容を理解し、十分に納得した上で意思決定が行われ、また、その判断過程が合理的なものとなるよう、適切に情報提供義務が果たされることが必要となります。 ご意見にある比較推奨資料については、一律に様式等を定めるような性質のものではなく、乗合代理店の募集実務や募集形態に応じた創意工夫により、顧客の理解を助け、顧客の意向形成を適切に支援するために資するものであるべきと考えます。 なお、顧客の意向を確認していることを装い、実質的には代理店又は保険会社の都合に基づく恣意的な誘導を行うことは適切ではありません。
8.	―	乗合代理店における比較推奨販売については、代理店の形態や取り扱う保険種目によって、顧客が比較推奨を期待する程度や実務の実態が大きく異なるため、一律の規制を課すことは必ずしも顧客の利益につながらないおそれがある。 生命保険や企業向け包括保険のように、比較推奨が本質的に期待される分野では厳格な管理が理解できる一方、自賠責保険や自動車保険、特にディーラー代理店による自動車保険取扱いでは、顧客は比較よりも利便性や信頼関係を重視しており、同水準の比較推奨対応を求めることは現場の混乱や顧客負担増を招きかねない。	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売に係る体制整備については、顧客の最善の利益を勘案しつつ、顧客による適切な商品選択の機会を確保するため、乗合代理店の規模や業務特性等に応じて、自社の募集実務や募集形態等を踏まえた適切な比較推奨販売が実施されるよう実効的な体制が整備されることが重要であり、監督指針は、一律かつ画一的な対応や、規模・業務特性等に照らして過度な実務上の負担を求める趣旨ではありません。 また、保険募集人(乗合代理店)には、法令に基づき、自らの所属保険会社等の保険商品について、顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められています。そのため、

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		その結果、代理店の専属化や保険取扱いの萎縮につながることは、顧客および保険業界双方にとって望ましくないため、ディーラー代理店の自動車保険については、顧客が求める場合に限定して比較推奨販売を行うなど、実務に即した柔軟な運用が必要である。	保険契約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った体制整備を図ることが必要と考えます。
9.	―	複数の損害保険会社の商品を比較説明する際、顧客は最終的に保険料水準を主な判断基準とすることが多い。 しかし、各社で見積作成に用いるシステムが異なるため、複数社の見積を取得・提示するには相当の時間と工数がかかり、結果として顧客の待ち時間や負担が増大するおそれがあることを懸念している。	今般の改正の趣旨は保険業法に基づく意向把握・確認義務を前提として、顧客の意向等に照らし、顧客による適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 顧客が保険料水準を重視する場合には、その意向を踏まえつつ、判断に必要な情報を効率的に提供するなど、顧客の理解と利便性に配慮した実効的な対応が重要と考えます。
10.	―	乗合代理店が取り扱う保険会社間で、補償内容や保険料の差異がほとんどない場合に、詳細な比較推奨を行うことは時間対効果に見合わず、乗合代理店の事業運営に影響を及ぼすおそれがある。 また、そのような状況で比較説明を行うとかえって顧客にとって分かりにくい説明となる懸念もあるため、差異の少ない商品については、顧客の意向に応じて比較推奨を簡素化、又は比較を行わない対応も、顧客本位の募集手段として認められるべきではないか。	「詳細な比較推奨」が何を指しているか明らかではありませんが、たとえ、保障(補償)内容や保険料水準の差異がほとんどない場合であっても、当該差異が、顧客の意向となることは考えられます。したがって、「かえって顧客にとってわかりにくい」ことを理由に、Ⅱ－4－2－9(5)に則した適切な比較推奨販売を行わないことは、不適切であると考えます。 保障(補償)内容や保険料水準の差異が限定的である場合には、例えば、その点を含めて顧客に説明した上で、顧客の理解や意向に沿い、説明や比較の範囲を工夫するなど、顧客の最善の利益に資するよう実効的な対応を図ることも考えられます。
11.	第227条の2第3項第4号	専属代理店と乗合代理店が合併した結果、店舗ごとに異なる募集形態が併存しているが保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止により、全店舗で同号イ又は同号ロの採用又は専属化を迫られる状況にある。	貴重なご意見として承ります。 保険募集人(乗合代理店)には、法令に基づき、自らの所属保険会社等の保険商品について、顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められています。そのため、保険契

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		その場合、取扱量が圧倒的に多い保険会社の商品に事実上集約され、他社の既存顧客に対して乗換えを勧めざるを得ない事態が生じかねず、顧客の意向が十分に尊重されているのか疑問がある。 合併の都度、同様の問題が生じる可能性や、教育体制が十分に整わない中で専属化が進むことは、顧客を混乱させ、顧客本位の業務運営に逆行するおそれがある。 顧客に対して一つの保険会社の商品に統一させるよりも、取扱状況の公表や顧客に選択の余地を確保し、顧客ニーズに応じた柔軟な対応が重要ではないか。 テレマティクス技術を採用した保険会社もあり、保険会社それぞれで異なる特徴やサービスがある。会社の合併という都合で、顧客に乗り換えや他代理店への変更を強要するのではなく、顧客のニーズに合わせ、個々の状況に応じた柔軟な対応が求められるのではないか。	約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った体制整備を図ることが必要と考えます。
12.	―	昨今の状況を鑑みると、今回発表された保険業法改正に関するパブリックコメントの趣旨(消費者保護・説明の充実など)には賛同している。 自動車ディーラーの使命は「お客様へ安全・安心をお届けする」ことであり、そのためには、お客様の声に耳を傾け、その意向に合った最適な商品を提案する「お客様本位」であることを大切にしている。 その視点において、今回の法改正の内容を受け止め、当社の保険業務を再度見直し改善を進めている中で、懸念していることを申し上げる。	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売に係る体制整備については、顧客の最善の利益を勘案しつつ、顧客による適切な商品選択の機会を確保するため、乗合代理店の規模や業務特性等に応じて、自社の募集実務や募集形態等を踏まえた適切な比較推奨販売が実施されるよう実効的な体制が整備されることが重要であり、監督指針は、一律かつ画一的な対応や、規模・業務特性等に照らして過度な実務上の負担を求める趣旨ではありません。 また、保険募集人(乗合代理店)には、法令に基づき、自らの所属保険会社等の保険商品について、顧客の最善の利益を勘案しつ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		自動車ディーラーにおいて、お客様が高額商品である自動車を購入される際、担当スタッフとの信頼関係が意思決定に大きく影響する傾向がある。自動車保険の加入先を検討する場面においても、商品そのものの差異よりも「信頼できるスタッフに任せたい」というニーズが強いケースが少なくない。 しかし、乗合代理店に対して、取扱損保全ての商品について比較推奨販売が義務付けられると、担当スタッフは時間をかけて商品の違いを詳細に説明する必要が生じる。こうした対応は、お客様のニーズと必ずしも合致せず、かえってお客様の負担となる可能性があると考える。 弊社では「重要事項説明」について最も重きをおいており、契約後に「知らなかった」、「聞いていなかった」ことが決して起こらぬよう、透明性の高い説明を徹底している。代理店としての使命やお客様ニーズに対する比較推奨販売の必要性に対し、本当にお客様のためになるのか懸念している。 また、営業スタッフが取扱損保全ての商品知識を備え、比較推奨販売を行うためのオペレーションを整備しても、実際の現場がその運用に追従できるのかという点についても危惧している。	つ、公正な保険募集を行うことが求められています。そのため保険契約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った体制整備を図ることが必要と考えます。
13.	―	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)B.(a)では、特定の保険契約を推奨する場合に「顧客の最善の利益を勘案」することが求められているが、実務上、特定の保険会社において新規取扱件数の未達を理由に代理店の種別格下げや委託解除を	貴重なご意見として承ります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		行うルールが存在する。 　こうした保険会社側のルールにより代理店が委託解除となった場合、既存契約者に対する継続的な保全業務が困難となり、結果として顧客の最善の利益を損なうおそれがあるのではないか。	
14.	ー	顧客の意向には「募集人のあなたに任せるから」、「募集人のあなたが良いと思う商品にするよ」という内容のものが相当数ある。このような場合に、顧客の細かい意向を聞き出し、複数商品を詳しく説明することが、本当に顧客のためになるのか疑問である。逆に、時間がかかりすぎているという顧客の不満につながる可能性がある。 　このようなケースの場合、どのような運用を考えているのか。	顧客が「あなたに任せる」、「あなたが良いと思う商品にする」などと述べた場合であっても、その意思表示のみをもって、乗合代理店が任意に特定の保険会社又は特定の保険契約を選別し、提示・推奨することは適切ではありません。 　当該意思表示がされたことを踏まえつつ、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 　その上で、顧客の意向や募集実態に応じて、Ⅱ－4－2－9(5)①A.に基づき複数の保険契約を比較説明すること、又は同①B.に基づき「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨することが考えられます。 　上記の対応をしたものの明確な意向がなお確認できない場合に、顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨するためには、顧客の理解度や負担にも配慮しつつ、それまでに把握した顧客の当初意向、顧客属性、加入目的、既加入契約、保険料水準、
15.	ー	乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保について、顧客の意向や重視される項目を丁寧に確認した場合であっても、顧客から最終的に保険募集人の判断に委ねられる状況となった際には、保険募集人の都合による提案に偏るおそれがある点を懸念している。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
16.	―	ブランド保険と言われる自動車メーカー独自の付帯サービスについて、各損害保険会社の商品にさほど違いは感じられない。この状況の中、顧客が複数の損保会社から選ぶのは難しい。 保険募集人が説明し易い慣れている保険契約など、特定の保険契約に誘導することは不適切と認識しているが、顧客から「希望する保険会社はないのでおすすめを教えてほしい」と聞かれた場合に、どの質問が恣意的ではない対応となるのか伺いたい。	必要と考えられる保障(補償)内容等を踏まえて、顧客の最善の利益を勘案し、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を提示・推奨することが考えられます。 ただし、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。また、意向把握・例示・提示・推奨理由・顧客への説明内容について、事後的に確認・検証できるよう記録することが重要です。
17.	―	多くの顧客は、自動車保険を「難しくて考えたくないもの」と捉え、信頼できる担当者に「おまかせ」したいと考えている。そうでない方は自分で勉強して通販型などに加入されている。この圧倒的多数の「おまかせしたい」という消費者の意向を無視し、無理やり比較を強いることが、本当に消費者のためになるのか。	
18.	―	新規契約、継続手続きで顧客が特に重視すると考えられる事項を例示してもなお顧客から「あなたに一任するので保険契約はどれでもよい」との発言を受けた場合、選定理由はどのようにすればよいか。	
19.	―	保険の加入に関して、「担当者に任せる」という顧客の意向が示された場合、顧客から一任されたという意向確認も認めていただきたい。	
20.	―	乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保について、「顧客意向が不明瞭な場合であっても、顧客が重視す	顧客の意向が不明確な場合には、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		る事項を例示するなどして、丁寧に意向を把握する必要がある」とされている。しかし、それでもなお意向が明確にならない場合には、保険募集人が合理的に推定したうえで提案を行って差し支えないのか、疑問に感じている。 　また、金融庁においては、意向把握に関しシステムの活用を推奨しているものと認識しているが、一方で、プログラム作成の段階において保険会社(商品)を選定する際には、代理店側の事情が影響を及ぼす可能性があるのではないかと感じている。 　結果として、従来と同様に代理店の都合による商品絞り込みに至るおそれもあるのではないか。	める必要があります。 　その上で、明確な意向がなお確認できない場合であっても、それまでに把握した当初意向、顧客属性、加入目的、既加入契約、保険料水準、必要と考えられる保障(補償)内容等を踏まえて、顧客の最善の利益を勘案し、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を提示・推奨することが考えられます。 　ただし、あらかじめ特定の保険会社又は特定の保険契約を推奨することを前提に、これに適合するよう顧客の意向を形成・解釈することは適切ではありません。 　また、システム活用の要否については、各保険代理店における事情を踏まえて判断されるべき事項ですが、意向把握に関してシステムを活用する場合には、システムの開発過程において、選定ロジック、使用データ、比較対象商品の範囲、推奨理由等が、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合が介在することにより、特定の保険会社又は特定の保険契約への誘導とならないように留意することが望ましいと考えます。 　さらに、乗合代理店がシステムを利用するにあたり、意向把握及び比較推奨販売を適切に行う観点から当該システムのプログラム等の適切性を確認・検証できる態勢を整備することも重要です。
21.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロについて、選別に足りるだけの顧客の「意向」が存在しない場合や、そうした「意向」を表現してもらえない場合(「お任せ」といった場合)には、保険募集人が「おすすめ」を選別すること	顧客が「お任せで」、「おすすめを提示してほしい」と述べた場合であっても、その意思表示のみをもって、乗合代理店が任意に特定の保険会社又は特定の保険契約を選別し、提示・推奨することは適切ではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		は法令上許されなくなったという理解でよいか(選別しようとすると、「顧客」の意向に沿った選別結果による情報提供が必要となるが、そのような情報提供ができないため。)。 監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)に「顧客の意向が不明確な場合であっても、保険契約の選別に当たっては、例えば、顧客が特に重視すると考えられる事項を例示するなど、可能な限り顧客の意向を把握した上で、上記(a)に基づき対応しているか」と記載があることは承知しているが、それでも顧客の意向が引き出せない場合はあり得ると思われる。 顧客の意向が引き出せなくても、代理店として真に「おすすめ」の保険契約を提示できる道を残すことは考えられないか。 顧客が情報過多に溺れるか、代理店が取り扱う保険契約を減らして競争減となること、情報提供義務の規制回避のために不透明な「適用除外」(団体保険スキーム等)に逃げないかを懸念している。 「顧客の意向に沿った選別」とは、「おすすめをお願いします」といった場合に、当該意向(おすすめを選別してほしいという意向)に沿った選別も許されるということか(その場合も、顧客に「おすすめを提示してほしい」と言わせる話法が発達しないか懸念している)。	当該意思表示がされたことを踏まえつつ、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 その上で、明確な意向がなお確認できない場合に、顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨するためには、顧客の理解度や負担にも配慮しつつ、それまでに把握した顧客の当初意向、顧客属性、加入目的、既加入契約、保険料水準、必要と考えられる保障(補償)内容等を踏まえて、顧客の最善の利益を勘案し、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を提示・推奨することが考えられます。 ただし、あらかじめ特定の保険契約を推奨することを目的として、顧客に「おすすめを希望する」と言わせるような話法や導線を設けること、又は手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。 また、ご指摘の「不透明な「適用除外」(団体保険スキーム等)」として想定されている場面が不明確ですが、比較推奨販売の対象を恣意的に狭めるなど規制を潜脱するような行為や運用も適切ではありません。
22.	―	比較可能な同種の保険契約の説明を行った際に、保険契約を決めかねて顧客から「あなたならどこが良いと思	貴見にあるケースが恣意的な誘導等に該当するか否かについては、個別具体的な判断を要するため、一概に回答することは困

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		う？」という質問があった場合、特定の保険会社を薦めることは誘導に該当するという理解でよいか。	難ですが、顧客が「あなたならどこが良いと思う」という質問をした場合であっても、そのことのみをもって、乗合代理店が任意に特定の保険会社又は特定の保険契約を選別し、提示・推奨することは適切ではありません。 当該質問がされたことを踏まえつつ、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 その上で、明確な意向がなお確認できない場合に、顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨するためには、顧客の理解度や負担にも配慮しつつ、それまでに把握した顧客の当初意向、顧客属性、加入目的、既加入契約、保険料水準、必要と考えられる保障(補償)内容等を踏まえて、顧客の最善の利益を勘案し、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を提示・推奨することが考えられます。 ただし、あらかじめ特定の保険商品を推奨することを目的として、顧客に「あなたならどこが良いと思う」と尋ねさせるような話法や導線を設けること、又は手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
23.	―	今後、取扱損害保険の中から顧客の意向に沿った保険契約を提案するにあたり、顧客が保険会社や保険契約で加入検討するのではなく、営業スタッフがおすすめする保険契	顧客が「営業スタッフがおすすめする商品でよい」と述べた場合であっても、その意思表示のみをもって、乗合代理店が任意に特定の保険会社又は特定の保険契約を選別し、提示・推奨するこ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		約で良いと言った場合、おすすめの保険契約を提案することは問題ないか。 保険会社や保険契約に関する意向が無く、スタッフを信頼して保険に入る顧客も一定数いることから、「営業スタッフのおすすめの保険契約」が顧客の意向と捉えても問題ないか。	とは適切ではありません。 当該意思表示がされたことを踏まえつつ、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 その上で、明確な意向がなお確認できない場合に、顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨するためには、顧客の理解度や負担にも配慮しつつ、それまでに把握した顧客の当初意向、顧客属性、加入目的、既加入契約、保険料水準、必要と考えられる保障(補償)内容等を踏まえて、顧客の最善の利益を勘案し、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を提示・推奨することが考えられます。 ただし、あらかじめ特定の保険契約を推奨することを目的として、顧客に「営業スタッフがおすすめする商品でよい」と言わせるような話法や導線を設けること、又は手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
24.	ー	比較推奨販売に関する顧客への影響について、顧客の中には短時間での説明を希望する方もいる中で、比較推奨販売のために丁寧かつ分かりやすい説明を行うことで時間を要することは、顧客の意向に沿っていると言えるのかと考えている。 顧客から見積比較は不要と申し出があった場合でも、比	貴重なご意見として承ります。 乗合代理店が比較推奨販売を行う場合であっても、全ての案件について、全ての取扱保険会社の商品を網羅的に見積り・説明することを一律に求めるものではありません。 顧客が短時間での説明や見積比較不要を希望する場合であっても、意向把握や本来必要となる説明が不要となるものではあり

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		較推奨販売を進めるべきか。比較推奨販売を進めた場合、形式的な比較説明をせざるを得ない状況になり、顧客の意向に沿わない募集になる可能性を懸念している。 状況に応じて簡素化した説明で単品募集が可能な事例等を監督指針に追記いただきたい。	ません。 その場合でも、顧客の理解度や負担にも配慮しつつ、顧客の意向、商品特性、募集形態等を踏まえて、顧客の判断に資する事項を分かりやすく説明し、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、顧客の最善の利益を勘案し、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨する必要があります。 なお、顧客が比較不要と述べたことを理由に、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
25.	―	自動車保険の場合、商品内容や保険料にほとんど差が無い中で、保険商品の僅かな違いを突き詰めて説明することは、時間と労力がかかり代理店ビジネスに影響を与えるおそれがある他、意向が明確ではない顧客にとっても、分かりにくくならないか懸念している。 また、時間をかけ、資料を用いて丁寧に説明したとしても、「結局どこの保険会社が良いのか？」と顧客から質問されることが予測され、その際は結果的に営業スタッフや代理店の考える特定の保険会社をおすすめすることとなってしまわないか懸念している。	貴重なご意見として承ります。 乗合代理店が比較推奨販売を行うに当たり、全ての案件について、全ての取扱保険会社の商品を網羅的に見積り・説明し、又は商品の細部の差異まで一律に説明することを求めるものではありません。 商品内容や保険料水準に大きな差異がない場合には、その旨を説明した上で、顧客が重視する事項に照らし、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客の判断に資する事項を分かりやすく説明することが重要です。 また、上記の場合において、顧客から「どこの保険会社がよいか」と問われたときであっても、顧客の最善の利益を勘案し、顧客の意向との関係で、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必要があります。 なお、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
26.	第227条の2第3項第4号	乗合代理店が保険契約を比較又は特定の保険契約を推奨せず、顧客の求めに応じ取扱い可能な保険契約の中から、単に指定された保険契約の内容の説明を行うのみの場合は、本改正後の保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イ及びロのいずれの要件にも該当しないことから、引き続き比較推奨販売規制の対象外となるという理解でよいか。	保険募集人による一又は二以上の保険契約の選別・提案がされることがなく、顧客の主体的な判断のみにより、顧客から特定の保険会社又は特定の保険契約が指定され、その結果、加入の対象となる一の保険契約が選択された場合には、直ちに保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 ただし、その場合であっても、通常の意向把握プロセスを経る過程において、顧客の状況や意向の内容に照らし、他の保険契約についても検討の余地が認められるときには、意向把握・確認義務や比較推奨販売に係る規制の趣旨・目的を踏まえた適切な対応が求められます。 また、当該選択が顧客の主体的判断に基づくものであるか、又はその過程において保険募集人による恣意的な誘導が行われていないかについては、個別具体的に判断される必要があります。 なお、顧客の判断過程において、保険募集人が営業上の理由等により恣意的に誘導する行為は適切とはいえず、厳に慎む必要があると考えます。 また、同号イは、乗合代理店が取り扱う保険契約の契約内容と他の保険契約の契約内容を比較して説明する場合に適用される規定であるため、顧客が特定の保険契約を選択した後においても、乗合代理店が保険募集の過程で、他の保険契約と比較して説明を行う場合には当然に適用されますのでご留意ください。
27.	第227条の2第3項第4号	新規契約において、顧客から保険会社を指定された場合は、この点を顧客意向と捉えて取り扱っている他社の損害保険との商品比較は不要としてよいか。	
28.	第227条の2第3項	乗合代理店において、顧客にはフリート契約である場合	今般の改正の趣旨は、保険業法に基づく意向把握を前提とし

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
	第4号	や、既存契約中の損害保険会社に特段の不満がなく、同損害保険会社で契約したい場合、保険募集人との継続的な取引関係・信頼関係を重視したい場合などを基に希望されることも少なくない。 　このような顧客の明確な意向が存在する場合においては、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロを選択した場合であっても、すべての取扱保険会社を一律に比較提示することを必須とするのではなく、顧客の意向を文書等により適切に確認・記録することで、適正な意向把握・確認と認められる運用とすることも検討いただきたい。 　画一的な比較提示の義務付けは、かえって顧客の理解を阻害する可能性もあり、顧客本位の業務運営の観点からも、実態に即した柔軟な運用が必要であると考える。	て、顧客の意向等に照らし、顧客による適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 　一方で、全ての案件について、取扱保険会社の全商品を一律に試算・比較し、網羅的かつ詳細な説明を行うことまで求めるものではありません。 　例えば、顧客が、既契約の継続又は特定の保険会社での契約を重視する意向を明確に示している場合には、当該意向を踏まえて対応することが考えられます。 　他方、顧客が保険募集人との継続的な取引関係・契約関係を重視する場合や、顧客から「代理店に任せたい」などの意思表示があった場合であっても、乗合代理店において、手数料水準、販売目標、便宜供与、取引関係等、代理店又は保険募集人の都合により、特定の保険契約を選別し、又は特定の保険会社若しくは特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。顧客の意向を適切に把握し、当該意向に沿って選別・提案を行う場合には、保障(補償)内容、保険料水準等を総合的に勘案の上、合理的かつ一定の具体性を有する理由や基準等に基づいて保険契約を提示・推奨する必要があります。 　乗合代理店における情報提供は、顧客が適切な理解に基づき、複数の保険契約の中から顧客が自主的な判断により保険契約を選択するために行われるものです。顧客が抱えるリスクの中でどの部分を保険によってカバーするのかは顧客ごとに異なることとともに、顧客の理解度合いも様々であることを踏まえつつ、取り扱う保険契約や募集形態に応じて、顧客の意向を実質的に把握し、これに沿った情報提供を行うことが求められます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			なお、各保険代理店においては、意向把握の内容、提示・推奨の理由及び説明内容について、事後的に確認・検証できるよう、適切に記録・保存することが重要です。
29.	―	既に契約のあるお客さまに新商品等の情報提供(対面、電子メール、DM等　募集行為ではないと認識)を実施するなかで、お客さまから能動的に内容を詳しく聞いて保険に入りたいと申し出があった場合は、比較推奨不要であることを確認したい。	既契約者に対する新商品案内等については、その内容・態様により保険募集に該当し得る点に留意が必要です。 また、当該案内等を契機として特定の保険契約に関心を有する顧客がいた場合であっても、まずは適切な意向把握を行うことが重要です。その際には、顧客の保険商品に対する理解度合いにも留意しつつ、顧客が抱えるリスクを的確に把握し、顧客が複数の保険契約の中から自主的な判断により保険契約を選択できるよう、顧客の意向を丁寧かつ適切に把握するとともに、必要な情報提供が行われることが重要です。 その上で、保険募集人による選別・提案が実質的に伴わず、顧客の主体的な判断のみにより特定の保険契約が選択された場合には、直ちに保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 ただし、その場合であっても、通常の意向把握プロセスを経る過程において、乗合代理店が他の保険契約との比較説明を行う場合には同号イに係る対応が求められるとともに、顧客の状況や意向の内容に照らし、他の保険契約についても検討の余地が認められる場合には、意向把握・確認義務や比較推奨販売に係る規制の趣旨・目的を踏まえた適切な対応が求められます。 乗合代理店においては、顧客の最善の利益を勘案する観点からも、規制の趣旨・目的を十分に踏まえ、比較推奨販売に係る規制の潜脱とならないよう、実効的な対応を行う必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
30.	―	保険会社が既契約者に対するDM(費用は代理店負担)により特約追加等の勧奨を行うケースもある。 また契約に結びついた場合、代理店としては事務処理を行い、代理店手数料を受領するが、この場合は比較推奨を行わずに保険会社を絞り込めると理解してよいか。	ご指摘のケースに関しては、乗合代理店が費用を負担し保険会社が既契約者へDMを送付する行為の当否を含め、その前提が必ずしも明らかでないため、一律の回答は困難です。 保険会社からのDMを契機とする手続であっても、乗合代理店が実質的に関与しているものであるか、保険募集の態様を伴うものであるか、顧客の意向はどのようなものであるのか等に応じて、個別具体的に判断される必要があります。 なお、既契約者に対する案内を行う場合であっても、過度の便宜供与に該当しないことに留意するとともに、法令又は監督指針に定める各規制の潜脱とならないようにする必要があります。
31.	―	推奨販売は、顧客の意向に沿って一又は二以上の保険会社に絞り込むとあるが、顧客のライフスタイルを把握している保険募集人は、そのライフスタイルに合わせて、保険会社各社の商品・サービスを提案し、その後提案する中で顧客の意向を把握し、保険契約を絞り込むという流れで問題ないか。	保険募集人は、保険業法第294条の2に基づき、顧客の意向を把握し、当該意向に沿った保険契約の提案・説明を行う必要があります。したがって、保険募集人が把握している顧客のライフスタイル等は、顧客の意向を把握する上での参考となる事情にはなり得るものの、それのみをもって顧客の意向を把握したものとして特定の保険契約の提案を行うことが適切と評価されるものではなく、顧客の意向を適切に確認した上で、これに沿った提案・説明を行う必要があります。 なお、顧客のニーズが潜在的である場合もあり得ることから、顧客の意向を把握する過程において、顧客の理解を深めるために一般的な情報提供を行うことまで直ちに否定されるものではありません。 ただし、特定の保険契約の提案を前提として当該契約に適合するよう顧客の意向を形成し、又は誘導するような行為等は、比較推奨販売規制の潜脱に該当し得ますのでご留意ください。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
32.	第227条の2第3項第4号	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.について、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロにより火災保険契約を顧客の意向に沿って選別し、一又は二以上の保険契約を提示・推奨する場合、以下2つのいずれかの方法をとることは問題ないと考えてよいか。 1.監督指針Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注3)に基づく損保型の意向把握ではなく、監督指針Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)の意向推定型により保険契約を選別し個別プランの提案・作成を行う方法。 2.個別プラン提案前に実施する顧客の意向把握(監督指針Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注3)に基づく監督指針Ⅱ－4－2－2(3)②イ.(ア)・(イ)の意向把握)に加え、監督指針Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)の意向推定型の意向把握に基づき保険契約を選別し顧客への個別プランの作成・提案を行う方法。	Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)で定める意向推定の方法は、例えば、保険会社の営業職員が、第一分野又は第三分野の保険契約について、当初は潜在化している顧客の意向を顧客属性や生活環境等に基づき推定した上で、対面で顧客と双方向的なやり取りを通じて意向を説明・明確化しつつその変化にも対応する保険募集の場面に用いられることを想定したものです。 特に、乗合代理店において、意向推定の方法を用いるとした場合には、推定した顧客の意向に基づき、複数の保険契約の中から選別・推奨が行われることとなるため、意向推定の合理性・妥当性が推奨販売の適切性に直結し得ることとなります。乗合代理店が当該方法を用いる場合には、こうした観点を十分に踏まえ、推定の確度を含め、その合理性・妥当性の確保について特に慎重な検討・判断が求められるとともに、その後の保険募集の過程において、顧客の意向を丁寧かつ明確に確認し、その結果に基づく適切な選別・推奨を行う必要があります。 したがって、火災保険に係る保険契約について、意向推定の方法を用いることの適切性については、上記の考え方を踏まえつつ、個別具体的かつ実質的に判断される必要があります。 なお、特定の保険契約を選別・推奨するに当たり、特定の保険契約の選別・推奨をあらかじめ企図した上でこれに適合するように意向を推定しているときや、顧客の主体的な意向形成を経たものとはいえないとき、又は保険募集人による恣意的な誘導が認められるときは、比較推奨販売規制の潜脱に該当し得ます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
33.	―	単純な保険料比較システムを販売し、あたかも比較推奨が行えるように謳っているケースがある。仮に販売する会社が大規模代理店傘下のシステム会社であった場合、各保険会社が一概には非開示情報である各種試算情報を特定の会社にのみ提供することは、外形的には特定の大規模代理店に対する便宜供与を行っていると考えるが、この理解でよいか。 また、システム的に各社保険料と一部補償を一覧表示する場合には、恣意的な余地を含めないためにも、手数料明示を義務付けるなどの対策も必要ではないか。 上記質問の趣旨は、単純な保険料比較をもって今回や前回の改正保険業法の趣旨から逸脱し、安易な比較のみをもって意向把握を履行していると考えているケースが多いと認識している危機感から意見するものである。 本来、取扱保険会社商品の知識を向上し、顧客にお伝えし、ご意向を伺うこと、とかけ離れていくのではないかと考えている。特に、今般の改正保険業法で、「具体的な事例」として保険料が述べられているが、貴庁の考えと異なる流れを助長する恐れがあると考えているため、確認させていただきたい。 今般の改正が、顧客の最善利益を勘案し、顧客意向を踏まえた適切な比較推奨販売の実現を目的とするものであることに鑑み、単なる価格比較のみをもって義務を履行したとみなす運用がなされないよう、実務上の留意点について明確な指針をお示しいただきたい。	情報提供先が大規模代理店傘下のシステム会社であることのみをもって、直ちに便宜供与に該当するものではありません。提供目的、情報の内容・価値、提供条件、利用範囲、システムの仕様・運用実態等を踏まえ、個別具体的に判断されます。 また、システムを利用する場合も、顧客の意向を適切に把握し、これに沿って保険契約を選別し、提示・推奨する必要があります。単なる保険料比較やシステムの出力結果の提示のみをもって、意向把握又は比較推奨販売に係る対応を履行したことにはなりません。比較に当たっては、Ⅱ―4―2―2(9)④などにも留意しつつ、保障(補償)内容その他の契約条件も含め、顧客が適切に判断できるよう説明することが重要です。 乗合代理店は、選定ロジック、使用データ、比較対象、表示方法等について、手数料水準、販売目標、便宜供与等により特定の保険会社又は特定の保険契約への誘導が生じていないかを確認・検証し、必要な教育・管理態勢を整備する必要があります。 なお、代理店手数料の顧客への明示を、今般の改正において一律に義務付けることは予定していません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
34.	―	損害保険における比較推奨販売について、乗合代理店が複数の保険契約を実務上の実効性と安定性を担保した上で実施し、結果として損害保険市場における健全な競争環境の維持・発展が促進され、消費者利益が確保されることを目指していくと考えておりますが、当局の認識に相違ないか確認させていただきたい。 生命保険分野では、顧客の意向を把握したうえで保険料データを活用した比較推奨制度が整備され軌道に乗っていると認識している。今回、損害保険分野においても、顧客の最善の利益の観点から同様の取組を進めることは望ましい姿である。しかしながら、損害保険の保険料算出は生命保険以上にパラメータが多岐にわたり、誤った条件設定や設計ロジックにより不正確な比較結果を提示するリスクも高い。 そのような前提である中、損害保険分野では保険料収入の大半を占める主要損害保険会社による情報連携(データ提供)が限定的である結果、市場全体の保険料カバー率が低く、比較推奨制度の前提となる『網羅的・客観的な比較』が実務上成立しない状況にあり、同一制度の下で生損保横断的に非対称な状況が生じている。 改正保険業法施行規則が求める顧客本位の比較推奨制度の実効性確保の観点から、客観的基準を満たすシステム事業者等に対しては、主要損害保険会社による適切な情報提供を促す政策的対応を検討いただきたい。 なお、保険料データの開放は無限定に行われるべきでは	比較推奨販売の具体的な実施方法は、保険募集の実務、募集形態、取扱商品、顧客の意向等に応じ、各保険会社及び各乗合代理店において適切に検討されるべきものと考えます。 損害保険分野においても、顧客の意向に沿った適切な比較推奨販売が行われ、顧客が自主的に保険契約を選択できる環境を確保することは重要です。そのため、比較ツール、ITツール、外部システム等の活用は、商品改定や特約の差異を適時に反映し、比較推奨販売の適切な実施、顧客理解の促進及び募集管理態勢の高度化に資する取組の一つとなり得ます。 ただし、これらのツール等の活用を、一律に募集管理態勢の標準的要件として求めるものではなく、各乗合代理店においては、規模・業務特性、取扱商品等を踏まえ、創意工夫による実効的な方法により、顧客に誤認を与えない情報提供を行うことが重要です。 また、システムを利用する場合も、顧客の意向を適切に把握し、これに沿って保険契約を選別し、提示・推奨する必要があります。単なる保険料比較やシステムの出力結果の提示のみをもって、意向把握又は比較推奨販売に係る対応を履行したことにはなりません。比較に当たっては、Ⅱ－4－2－2(9)④などにも留意しつつ、保障(補償)内容その他の契約条件も含め、顧客が適切に判断できるよう説明することが重要です。 その上で、比較ツール、ITツール、外部システム等を用いる場合には、掲載情報の正確性・最新性、比較の前提条件、保障(補償)内容、保険料算定条件、対象商品、表示順、比較ロジック等について、顧客に誤認を与えないよう留意するとともに、特定の保険

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		なく、生命保険領域等において既に長期間、網羅的・客観的な比較推奨を安定的に運用し、誤情報提供を防ぐための品質管理やガバナンス体制を備えた事業者へ限定されることが、消費者保護の観点から合理的である。この整理により、「情報開放による市場の不透明性解消(公平性)」と「品質担保による誤情報防止(消費者保護)」という一見相反する要求は、制度的に両立可能となる。	会社又は特定の保険契約へ恣意的に誘導するものとならないよう、適切に管理・検証する必要があります。 なお、保険会社による外部事業者等へのデータ提供の在り方については、個別の契約関係、情報管理、正確性の確保、顧客保護、競争環境等を踏まえ、各社において適切に判断されるべきものと考えます。
35.	―	頻繁な商品改定に対するITツールの活用について、商品改定や特約の差異を人力で網羅することは物理的に不可能であり、形式的な比較に陥る原因となる。 恣意性を排除した「適切な情報提供」を継続するには、常に最新情報を反映したITツールの活用を、募集管理態勢の標準的要件として求めるべきではないか。	
36.	―	比較対象商品の選別理由を、システム等によりあらかじめ定めたロジックに基づいて行うことは許容されるか。 改正後の比較推奨においては、見積結果ではなく顧客の意向に基づいて比較対象商品を選別することが求められているが、この選別を個々の保険募集人の裁量に委ねた場合、説明内容や判断基準にばらつきが生じ、結果として比較推奨の客観性・再現性が損なわれるおそれがある。 これに対し、顧客の意向把握項目と比較軸との対応関係をあらかじめ整理し、当該ロジックに基づいてサンプル保険料も提示しながら比較対象商品を選別する仕組みを用いることは、恣意性を排除し、比較推奨プロセスの透明性・一貫性を確保する上で有効であると考えられる。	比較対象となる保険契約の選別について、一定のルールやシステムを活用することは、比較推奨販売の適切な実施、募集品質の確保及び管理態勢の高度化に資する取組の一つとなり得るものと考えられます。 一方で、この場合には、顧客の意向に応じた適切な比較対象となる保険契約の選別が行われるよう設計・運用されることが重要であり、掲載情報の正確性・最新性、比較の前提条件、保障(補償)内容、保険料算定条件、対象商品、表示順、比較ロジック等について、顧客に誤認を与えないよう留意する必要があります。また、その設計や運用の内容によっては、画一的に不適切な選別・提案が行われるおそれもあることから、その設計、運用、検証及び適時の見直しが適切に実施されることが重要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		また、当該ロジックに基づく選別結果及びその理由を記録として残すことにより、事後的な検証や説明責任にも対応可能であり、顧客保護及び募集管理の観点からも合理的である。さらに、ロジックによる統一的選別は、募集人間・店舗間の説明差異の抑制、保険募集人の恣意的判断の排除、顧客間の説明の公平性を確保等に有益である。 したがって、比較対象商品の選別について、顧客の意向を前提とした一定のルール・ロジックを用いて行うことは、改正趣旨に反するものではなく、むしろ適切な比較推奨を担保する方法として許容されるとの整理が望ましいと考えるが如何か。	また、システムを利用する場合も、顧客の意向を適切に把握し、これに沿って保険契約を選別し、提示・推奨する必要があります。単なる保険料比較やシステムの出力結果の提示のみをもって、意向把握又は比較推奨販売に係る対応を履行したことにはなりません。比較に当たっては、Ⅱ－4－2－2(9)④などにも留意しつつ、保障(補償)内容その他の契約条件も含め、顧客が適切に判断できるよう説明することが重要です。 いずれにせよ、顧客の意向に応じた適切な比較推奨販売が継続的に確保されるよう、実効的な管理態勢が整備・構築されることが重要であると考えます。
37.	―	本部主導で統一した比較推奨プロセスを定め、これをフランチャイズ店舗等において共通に用いることは許容されるか。 とりわけ、損害保険領域において、改正後の比較推奨においては、保険募集人個々の説明能力や経験に依存するのではなく、顧客の意向把握から比較対象商品の選別、推奨理由の説明に至るまでのプロセス全体として、適切性・一貫性が確保されていることが重要であると考えられる。 仮に各店舗・各保険募集人に大幅な裁量が委ねられる場合、同一の意向内容であっても比較結果や説明内容に差異が生じ、顧客間の公平性や募集品質の確保が困難となるおそれがある。 これに対し、本部において顧客の意向把握項目、比較軸の整理方法、比較対象商品の選別プロセス等を統一的に定	保険募集人指導事業を行う者については、保険業法施行規則第227条の15に基づき、指導対象の保険募集人に対する適切な指導及び管理を行うための体制を整備することが求められています。 その上で、比較推奨販売に係るプロセスの策定及び運用について、フランチャイズ本部において一定のルールを定め、その加盟店において共通のプロセスを用いることは、募集品質の確保や管理態勢の高度化に資する取組となり得る場合があるものと考えられます。ただし、その具体的な内容や運用の在り方については、契約関係や具体的な業務運営の実態等を踏まえ、当事者間において定められる事項であると考えます。 なお、比較推奨販売に係るプロセスを共通化する場合であっても、その内容が顧客の意向に応じた適切な比較推奨販売が行われるものとなるよう、設計、運用、検証及び適時の見直しが適切に実施されることが重要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		め、これを各店舗において共通に用いることは、比較推奨の品質を一定水準以上に保ち、顧客に対して分かりやすく説明する上で合理的である。 　また、当該プロセスに基づき募集を行うことにより、本部による監督・指導、内部監査等も実効性をもって実施可能となり、改正趣旨である顧客本位の業務運営及び募集管理態勢の高度化にも資するものと考えられる。 　したがって、本部主導で統一した比較推奨プロセスを定め、これを共通に用いることは、改正後の比較推奨の枠組みにおいても許容されるとの整理が望ましいと考える。	いずれにせよ、顧客の意向に応じた適切な比較推奨販売を確保するため、保険募集人指導事業を行う者による適切な指導・管理を通じて、各指導対象の保険募集人において実効的な管理態勢が整備・構築されるよう、両当事者間において適切に対応することが重要であると考えます。
38.	―	推奨理由等の裏付けとなるデータの時期や定義が損害保険会社ごとに異なることが想定される。時期やデータが異なっていると顧客が戸惑うことになることから、例えば損害保険協会から業界共通のデータを提供いただきたい。	業界団体による共通データの提供要否に関する事項については、当該団体における個別の判断事項であり、当局として回答する立場にございません。 　比較推奨販売を行う場合にデータを用いること自体は否定されません。ただし、保険募集人は、データの出典、定義、対象範囲、基準時点等を確認し、比較条件の相違を含め、顧客に誤認を与えないよう適切に説明する必要があります。
39.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロにおいて、「二以上の所属保険会社等を有する保険募集人が取り扱う保険契約」とあるが、改正案における「保険募集人が取り扱う保険契約」の解釈をお示しいただきたい。 　基本的には、委託契約で販売が認められている保険契約を「取り扱う保険契約」と解釈するのが自然であり、顧客へ権限明示を行うこととの関係でも自然であると思われるが、例えば、乗合代理店が売れ行きの悪い保険契約の取	貴見のとおりです。 　ご指摘のように、乗合代理店の判断のみにより、乗合代理店の都合や保険会社との関係性を理由として、取扱保険会社や保険契約を恣意的に限定し、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害する業務運営は、適切ではありません。 　保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロにおける「取り扱う保険契約」とは、所属保険会社等との代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		扱いをしないと独自に決めて顧客へ提示しないといった行為や、保険会社との何らかの関係性を重視し他の保険会社の保険契約を売らない(取り扱わないと整理する。)といった行為を、「保険募集人が取り扱っていない」と解釈することは顧客本位の業務運営上疑義があると考えるが如何か。	険契約を指すものであり、「二以上の比較可能な同種の保険契約」についても、当該委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 その上で、保険会社と乗合代理店との間で当該委託契約又はこれに基づく覚書等により取り扱う保険契約を限定する場合であっても、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該限定を行う場合には、当該乗合代理店が取り扱う保険契約の範囲について誤認を与えないよう、適切に説明することが重要です。
40.	第227条の2第3項第4号	保険会社への乗合については、当該保険代理店の意向に関わらず乗合を実施しているケースが存在する。 不動産会社(賃貸管理会社)のケースでは、入居者への火災保険の募集は1社に限定しているものの、建物の火災保険についてはグループの保険代理店から情報連携を受ける目的として、複数社乗り合うケースが存在する。 これは、自然災害が発生した場合に、問い合わせを受けるのは賃貸管理会社であるため、洪水・地震などが発生した場合において、保険契約者に対してスムーズに対応する	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロに定める「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 したがって、入居者向け火災保険については1社のみを取り扱い、他社との乗合いは建物火災保険に係る情報連携・保全対応等を目的とするものであって、他社の入居者向け火災保険を実際に募集できないことが当該委託契約又は覚書等により明確化されている場合には、当該他社商品は入居者向け火災保険の推奨販売

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ために保険契約の情報連携を目的とした対応であり、顧客本位の業務運営に資する対応と考えている。 一方で、上記の対応を行う結果として、入居者が加入する火災保険について比較推奨販売を行う必要が生じる場合がある。 この対応は保険代理店(不動産会社(賃貸管理会社))が行う顧客本位の趣旨に適さない結果となり得る。	における「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない当該保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 一方で、当該委託契約上は他社商品も募集可能であるにもかかわらず、乗合代理店の判断のみで入居者向け火災保険を1社に限定し、当該他社商品を当然に比較対象外とすることは適切ではありません。 なお、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該保険代理店が取り扱う保険契約の範囲について誤認を与えないよう、分かりやすく説明することが重要です。
41.	第227条の2第3項第4号	二以上の所属保険会社のうち、提案する保険契約の保険期間内に代理店委託契約を解除する予定がある場合、その旨を説明し、顧客が当該保険会社の保険契約の提案を望まない場合は、当該保険会社を比較推奨の対象から除外しても問題ないか。	代理店委託契約の終了予定があった場合であっても、その旨を顧客に説明したこと等のみをもって、当該保険会社の保険契約を当然に比較推奨販売の対象外とすることは適切ではありません。 保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロに定める「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 したがって、当該委託契約の解消に向けた準備期間中であって

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			も、新規募集を停止する場合には、所属保険会社等との間で、例えば、新規募集停止の対象となる保険契約、停止時期、既契約の保全・更改対応の範囲等について、当該委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化されているときは、新規募集の場面において、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 　また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するほか、取扱保険会社・保険契約の範囲や、当該保険契約を新規に提示・推奨しない理由について、誤認を与えないよう適切に説明する必要があります。
42.	第227条の2第3項第4号	当社は自動車販売を主業とする3社が乗り合う兼業乗合代理店である。 　現在、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハに基づき、いわゆるテリトリー制で保険募集を行っているが、今後は同号ロに基づく保険募集を行うことを検討している。 　乗り合っている3社のうち1社はほぼ新規の取扱いがない保険会社であるものの、保有契約が多く残っているため、乗合解消はできない状況である。 　ついては、保有契約の更新は3社で対応しつつ、新規契約については2社のみで取り扱う運用としても問題ないか確認したい。	既契約者対応のために代理店委託契約を継続することのみをもって、当該保険会社の保険契約を当然に比較推奨販売の対象外とすることは適切ではありません。 　保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロに定める「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 　したがって、既契約者対応のみへの移行に伴い、一部の保険契約の新規募集を停止する場合には、所属保険会社等との間で、例えば、新規募集停止の対象となる保険契約、停止時期、既契約の保全・更改対応の範囲等について、当該委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化されているときは、新規募集の場面におい
43.	―	比較推奨販売が難しいと考え、2社以上の保険会社の取	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		扱いを終了する乗合代理店が出てくると考えられる。 ただし、乗合代理店の都合で引受保険会社の変更、もしくは顧客に対して引受不可の案内を行うことは好ましくないと考えられ、保有契約があることから委託契約を継続せざるを得ない乗合代理店が一定数存在する。 その場合、更新契約のために2社以上の保険会社の取扱いを継続し、新規契約については1社のみ取り扱うことは可能か。 例えば、A保険会社及びB保険会社を取り扱う乗合代理店において、これまでいわゆるテリトリー制で自動車保険を販売していた。 監督指針の改正を受け、新規募集についてはA保険会社に絞る一方で、更新契約の対応を目的としてB保険会社との委託契約も継続するケースを想定している。 当該乗合代理店が取り扱うB保険会社の契約を他の保険代理店に移管することで専属代理店になることは可能であるものの、保険契約者は当該乗合代理店との信頼関係から保険加入をしている側面もあると考えており、1社専属への変更は顧客本位の業務運営の観点から疑問である。 法令に反しない前提において、乗合代理店が信義則に則って顧客対応を行う場合には、新規募集を行わないB保険会社との委託契約を継続しつつ、新規募集を行うA保険会社のみの保険募集を行うことも可能であると認識してよいか。	て、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない当該保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。なお、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するほか、取扱保険会社・保険契約の範囲や、当該保険契約を新規に提示・推奨しない理由について、誤認を与えないよう適切に説明する必要があります。
44.	―	取扱い可能な全保険契約を比較推奨することはハード	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ルが高い。 例えば、A・B・C社を取り扱う乗合代理店において、新規募集はA・B社に絞りこむものの、C社は保有契約が満期を迎えるまで委託解除しない予定である。 その場合でも、3社の委託がある限りにおいては3社の保険契約を比較推奨する必要があるのか。 また、C社の契約がわずかでも残り続けた場合は現場の負担が減ることはないがどうすればよいか。 C社の委託を解除し、他保険代理店に移管するという方法も考えられるが、そうした場合、加入時の保険代理店のサポートを受けることができず、顧客が不利益を被る可能性があるが、顧客に許容してもらう必要があるのか。	
45.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロの一般的な考え方については、改正された府令の条文に反しない限り、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」を継承しているという理解でよいか。 例えば、「絞り込み」を行う前の取扱保険契約の範囲は「保険会社から販売を委託された保険契約(同パブリックコメントNo.510)」であるが、社内規則で当該保険契約の販売を行わないとしている場合(特定の営業店、特定の場合に行わないことを含む。)には、取扱保険契約の範囲を狭めることができるという理解でよいか(同パブリックコメントNo.476及びNo.510参照) 。	過去のパブリックコメントにおける考え方については、公表時点の規定内容を前提とするものであり、今般の改正後は、改正の趣旨及び改正後の規定に即して判断する必要があります。 その上で、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロの「取り扱う保険契約」とは、所属保険会社等との代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該乗合代理店が取り扱うこととされている保険契約を指します。 したがって、乗合代理店が社内規則等のみで取扱保険契約を限定し、比較推奨販売の対象外とすることは適切ではありません。取扱範囲を限定する場合には、所属保険会社等との間で、対象となる保険契約の範囲や取扱いについて、当該委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化されているときは、保険募集の場面において、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない当該保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 なお、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該保険代理店が取り扱う保険契約の範囲について誤認を与えないよう、分かりやすく説明することが重要です。
46.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロについて、社内において販売停止としたものは、「当該二以上の所属保険会社等を有する保険募集人が取り扱う保険契約」 に含まれないことが実務上の取り扱いであるが、その理解でよいか。 なお、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.510の「保険会社から販売を委託された商品は取扱可能な商品となります。ただし、例えば、社内規則において、店舗に応じて取扱商品を決めている場合には、その範囲内となります。 」の「例えば」は例示に過	「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」については、公表時点における制定趣旨及び規定内容に照らして金融庁の考え方を回答しているものです。 今般の改正では、監督指針の規定内容についても、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが削除される趣旨を踏まえ、再整理を行っています。このため、改正前の監督指針の規定内容を前提とした解釈については、今般の改正の趣旨や改正後の規定に基づき判断される必要があります。 その上で、乗合代理店の判断で特定の保険契約を販売停止することのみをもって、当該保険契約を当然に比較推奨販売の対象外

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ぎないと実務上理解されている。	とすることは適切ではありません。 同号ロに定める「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 したがって、所属保険会社等との間で、例えば、募集停止の対象となる保険契約、停止時期、既契約の保全対応等について、代理店委託契約又は覚書等により明確化されているときは、保険募集の場面において、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない当該保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 なお、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、顧客に対して特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該保険会社について、「新規募集は行わず、既契約の保全・異動対応のみを行う」旨など、取扱範囲について誤認を与えないよう適切に説明することが重要です。
47.	第227条の2第3項第4号	今般の保険業法改正に係る内閣府令(案)等において、乗合代理店における比較推奨販売の確保が記載されているが、損害保険1社・生命保険1社のみを取扱う保険代理店に	貴見のとおり、乗合代理店が損害保険会社1社・生命保険会社1社と代理店委託契約を締結している場合であっても、当該代理店において取り扱うこととされている保険契約のうち、顧客の意向

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		おいても、顧客の意向に対して2以上の代替可能な保険契約がある場合は、比較推奨の対象になると考えているが相違ないか。 （例：生命保険の就業不能保険と損害保険の所得補償保険など。顧客の「就業不能リスクを補完したい」という意向に照らせば、いずれも検討対象となるケース）。 「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」でも同種のコメントは承知しているが、今般の改正で改めて確認するもの。	に照らし、ある保険契約のほかに「比較可能な同種の保険契約」に該当する保険契約が存在し、選別・提案を行う場合には、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロに基づく対応が必要となります。
48.	―	比較対象商品(保険会社)の選定数について、代表的な数社を一定の幅をもって整理することは許容されるか。(例：顧客の意向に照らし、合理的と考えられる数社(概ね5社程度)を選定すること) 改正後の比較推奨においては、見積結果ありきではなく、顧客の意向に基づき比較対象商品を選別することが求められているが、顧客の意向内容や商品特性に照らせば、比較対象とすべき商品数は一律ではなく、一定の幅をもって整理されることが合理的であると考えられる。 仮に比較対象数について明確な下限や多数社比較を事実上求める整理がなされる場合、顧客にとって必要以上に多くの情報が提示され、かえって商品間の差異や比較軸が分かりにくくなるおそれがある。 これに対し、顧客の「比較軸」に基づいた顧客の意向範	比較対象とする保険契約の数について、一律の下限や固定的な社数を設けるものではありません。 また、あらかじめ「概ね5社」など特定の件数を固定し、その件数に合わせて比較対象を選別することが当然に適切となるものではありません。比較対象とする保険契約の数や範囲は、顧客の意向との関係で個別具体的に判断される必要があります。 なお、比較対象を絞り込む場合であっても、手数料水準、販売目標、取引関係、事務都合等の代理店又は保険会社の都合により、特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		囲に含まれる代表的な数社(例えば5社程度)を選定し、その選定理由を記録・説明可能な形で整理した上で比較を行うことは、恣意的な商品選別を防止しつつ、顧客が自己の意向に基づき合理的な判断を行うことを可能とする方法であり、改正趣旨である顧客本位の比較推奨の実現に資するものと考えられる。 　したがって、比較対象商品数については、顧客の意向及び比較軸との関係で合理性が説明できる範囲において、一定の幅をもって整理することが許容されるとの理解が望ましいと考える。 　特に、損害保険分野における保険料情報連携が一定期間整備されない場合、全社見積の取得が実務上著しく困難となることが予見されるため、意向に基づく代表的数社の試算提示は制度の実効性確保の観点から必要な代替手段である。煩雑さを嫌い、乗合会社を縮小する、さらには専属化する動きもある。	
49.	ー	不動産管理会社が利用する賃貸管理システムには、家賃管理、契約管理、入居者管理、物件管理、修繕管理など、多様な機能が備わっている。 　これらの賃貸管理システムの中には、入居者向けのWebインターフェースを提供しているものがある。その場合、入居希望者や入居者は、Web上で入居申込や退去申請が行えるほか、管理会社が提供する各種サービスへの加入手続なども行うことができる。 　一般に、入居希望者が家財保険へ加入する際には、氏名・	貴見のケースは、代理店システムと賃貸管理システムとの連携機能を提供しない保険会社の保険契約について、顧客が加入できない状態なのか等が必ずしも明らかではなく、当該保険契約が保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロに定める「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当するかどうかは個別具体的かつ実質的に判断される必要があります。 　一般論として、「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		住所に加えて、物件所在地、建物名、部屋番号、建物構造、建築年月日など、物件に関する詳細情報を申込書へ記入する必要がある。 保険会社が保険代理店向けに提供するシステムの中には、賃貸管理システムと連携しているものがある。これらのシステムでは、入居者が賃貸管理システムのWeb画面から家財保険の加入手続きを行う際、上記の物件情報等が自動的に申込画面へ取り込まれる。そのため、入居希望者が自ら情報を入力することなく、家財保険の申込手続を完了できる。 他の乗合保険会社がこうした保険代理店システムと賃貸管理システムとの連携機能を提供しない場合には、その保険会社の保険契約は比較対象にならないと理解してよいか。	したがって、保険会社と乗合代理店との間で、委託対象となる保険契約の範囲等が明確に限定されている場合には、取り扱えない保険契約は、当該代理店における推奨販売の対象には含まれないものと考えられます。 なお、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 また、保険会社都合によるシステム設計上の制約又は技術的制約により、連携機能を提供しない保険会社の保険契約について、保険募集を行う代替手段がなく、当該保険契約の保険募集を行うことが事実上困難となる場合には、当該保険契約は取り扱う保険契約から除外され、推奨販売の対象外になるものと考えます。ただし、その場合であっても、当該取扱いが乗合代理店における恣意的な運用につながらないよう、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、取り扱う範囲等についてあらかじめ明確化されていることが望ましいと考えます。
50.	第227条の2第3項第4号	損害保険4社の保険契約を扱う乗合代理店において、メインで取り扱うA社(代理店内シェア50%)及びB社(同49%)のみ比較提案し、取扱件数が極小のC社(同1%)及びD社(同0%)を提案対象外とした場合、比較販売(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イ)に当たる募集とみなせるか伺いたい。	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イは、乗合代理店が取り扱う保険契約の内容と、他の保険契約の内容を比較して説明する場合に、当該比較に係る事項について適切な説明を求めるものです。 ご意見のケースで、A社・B社を比較して説明する場合、その比較説明自体については同号イに基づく対応が必要となります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		過去の取引経緯からC社及びD社との代理店委託契約を見直すことは、C社及びD社で引き受ける保険契約を切り替えるロードが発生することを懸念している。	ただし、C社・D社も代理店委託契約又は覚書等により新規募集が可能な保険契約であり、顧客の意向に照らして「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれる場合には、代理店内シェアや取扱件数が少ないことを理由に、これらを比較対象から除外することは適切ではありません。 C社・D社を新規募集の対象外とする場合には、所属保険会社等との間で、例えば、新規募集停止の対象契約、停止時期、既契約の保全対応の範囲等について、当該委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化されているときは、保険募集の場面において、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない当該保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 なお、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 また、既契約の移管や委託契約の見直しを行う場合には、既契約者の保全、異動、事故対応、満期案内等に支障が生じないよう、保険会社及び保険代理店において適切な引継ぎ・管理態勢を整備することが重要です。
51.	―	一部保険会社の代理店委託契約及び保険契約を別代理	既存の保険契約を他代理店に移管したことのみをもって、当該

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		店に移管すれば、比較推奨の範囲が狭まり、提案する保険会社が少なくなると理解して良いか。	保険会社の保険契約を当然に比較推奨販売の対象外とすることは適切ではありません。 比較推奨販売の対象となる保険契約は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 当該委託契約の解消又は取扱停止に向けた準備期間中であっても、例えば、新規募集停止の対象となる保険契約、停止時期、既契約の保全対応等について、所属保険会社等との間で当該委託契約又は覚書等により明確化されている場合には、新規募集の場面において、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 その後、当該委託契約が解消された場合には、当該保険会社の保険契約は当該代理店において取り扱うことができないため、「二以上の比較可能な同種の保険契約」には含まれないこととなります。
52.	ー	複数の保険会社を取り扱う乗合代理店において、保険会社との取引を見直し、「委託契約を解約する」、「共同保険における非幹事会社のみ取り扱う」といった対応をとる場合、顧客に対して、事前に保険会社との取引関係の説明を行い、選別対象外とすることで了承を得た上で、その旨の証跡・記録を残せば、保険会社との契約書(覚書)締結を待たず、当該保険会社を選別候補から外すことは問題ない	乗合代理店において、代理店委託契約を終了する予定がある場合、又は共同保険における非幹事会社のみを取り扱おうとする場合であっても、顧客へ事前に保険会社との取引関係を説明することや、選別対象外とすることの了承を得て証跡・記録を残すことのみをもって、当該保険会社の保険契約を当然に比較推奨販売の対象外とすることは適切ではありません。 保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロに定める「二以上の

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		と考えるがその理解でよいか。	比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 　したがって、代理店委託契約の解消や取り扱う保険契約の範囲を限定する場合には、その内容について所属保険会社等との間で代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化されているときは、当該委託契約等で定められた保険募集の場面において、その保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない当該保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 　なお、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 　また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該限定を行う場合には、当該保険代理店が取り扱う保険契約の範囲について誤認を与えないよう、適切に説明する必要があります。
53.	―	「二以上の比較可能な同種の保険契約」の範囲や考え方について、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等	前段について、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.74～77の見解に変更がないことを確認させていただきたい。 本改正に伴い、「顧客の意向と異なる商品」については、顧客の希望がない限り提案できなくなったということか。もしくは、意向は変わることも有り得ることから、当初意向とは異なる商品の提案まで否定し得るものではないという理解か。	え方」No.74～77で示した「二以上の比較可能な同種の保険契約」に関する考え方に変更はありません。 後段について、保険募集人は、保険業法第294条の2に基づき顧客の意向を把握し、当該意向に沿った保険契約の提案・説明を行う必要があります。 一方で、顧客の意向は募集過程において明確化又は変化し得るものであり、当初意向と異なる商品について、顧客の属性や状況を踏まえ、別のリスクに係るニーズの確認や一般的な情報提供を行うことまで直ちに否定されるものではありません。 ただし、顧客の意向を顧みず、代理店の都合により当初意向と異なる商品へ誘導することは適切ではなく、最終的には、顧客の意向を適切に確認した上で、その意向に沿った提案・説明を行う必要があります。
54.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2の情報提供について、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.278及び「広く共有することが有効な相談事例(保険業法関係)」において「家財保険等の総括契約」については例外規定(社会通念上、景品(おまけ)程度のもの)に該当するケースを除き、情報提供並びに意向把握・確認が必要との見解が示されており、当該見解の趣旨を踏まえると、現在は賃貸物件の入居者に対して家財の火災保険を募集する際に、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハを用いて「家財保険等の総括契約」(例外規定該当ケースを除く)	「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当するかは、顧客の具体的な意向、保険契約の対象となるリスクの種類、保険給付の内容、保険契約の特性・類型等を踏まえて、個別具体的かつ実質的に判断されます。 したがって、乗合代理店が、他の保険会社等から委託を受けて取り扱う家財の火災保険について、保険契約者又は被保険者に対し選択可能な保険契約として提示・推奨し得る場合には、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれ得ます。 一方で、いわゆる「総括契約方式」において、契約形態や取扱範囲の実態上、保険契約者又は被保険者が他の保険会社等の商品を選択できない場合や、保険募集人による選別・提示・推奨を伴わない場合には、直ちに比較推奨販売規制の対象となるものでは

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		のみを提案するケースがあるが、今後は別の保険会社が引き受ける総括契約以外の家財の火災保険についても総括契約と比較可能な同種の保険として比較・推奨の対象になるとの理解でよいか。 ここでいう総括契約とは、同パブリックコメントNo.278に記載のような「1.損害保険会社の提供する総括契約方式(不動産賃貸物件の管理会社が保険契約者)、 2.いわゆる「駆けつけサービスや家賃保証サービス」等に家財保険を付加した総括契約方式(サービス提供会社が保険契約者)、3.一部少額短期保険会社が実施している「不動産賃貸物件の大家等」を契約者とする「ミニ総括契約」」にて、物件を借りる入居者が被保険者となるものを指している。	ありません。 いずれの場合も、保険加入について被保険者に対する情報提供や意向把握・確認が必要となる場面では、法令や監督指針に従い、適切に対応する必要があります。
55.	―	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロで規定する推奨販売の情報提供義務は、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.82、83で回答されているとおり、「明示すべき比較可能な同種の保険契約の概要」とは、「保険商品のパンフレットの商品概要に記載している内容を提示すること」という考え方を踏襲しているという理解でよいか。 また、保険商品概要提示とアンケート形式やフローチャート形式等により、保険契約者の意向を確認して保険商品を絞り込むことは問題ないか。	前段については、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」を踏まえて、「比較可能な同種の保険契約」の概要としては、一般に、保険商品のパンフレット等に記載された商品概要を用いて説明することが考えられます。 ただし、顧客の意向、商品特性、募集形態等に応じて、顧客の適切な商品選択に資する内容を分かりやすく説明する必要があります。 また、顧客の意向把握に関して、アンケート形式やフローチャート形式等を活用すること自体は否定されません。 ただし、その場合であっても、設問、選択肢、表示方法、導線等により特定の保険会社又は特定の保険契約へ恣意的に誘導す

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			ることのないよう留意する必要があります。 その上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき保険契約を提示・推奨する必要があります。
56.	―	複数の保険会社を取扱っている乗合代理店の比較推奨販売について、例えば、保険会社(A社・B社・C社・D社)と全種目委託契約を交わしている乗合代理店において、保険会社ごとに以下のような特徴を有している。 ・A社：一般顧客向けの保険募集は行わず、契約者が保険代理店であり、自社社有車を対象とした引受のみ実施。 ・B社及びC社：一般顧客に対する全種目の保険契約を保有。 ・D社：一般顧客に対する火災保険のみ保有。 顧客が加入する自動車保険契約の権限明示及び比較推奨販売にて案内する保険会社はB社及びC社のみとして問題ないか。	保険業法第294条第3項に基づく権限明示を行うに当たっては、乗合代理店が実際に販売している保険種目などを勘案したうえで、所属保険会社等の一部のみの商号等を明らかにすることは許容されないものと考えます。 また、同法施行規則第227条の2第3項第4号ロに定める「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 このため、乗合代理店の判断のみにより、取扱保険会社や保険契約を限定し、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害する業務運営は適切ではありません。 したがって、取り扱う保険契約の範囲を限定する場合には、その内容について所属保険会社等との間で代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化されているときは、当該委託契約等で定められた保険募集の場面において、その保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 なお、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 　また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該限定を行う場合には、当該保険代理店が取り扱う保険契約の範囲について誤認を与えないよう、適切に説明する必要があります。
57.	―	媒介のために乗り合っている保険会社(A社)及び代理で乗り合っている保険会社(B社)の2社のみ取り扱っている乗合代理店において、比較推奨販売を行う際は両社の説明が必要となるのか。	乗合代理店においては、所属保険会社等の代理を行う場合であるか、又は媒介を行う場合であるかを問わず、「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当する保険契約については、比較推奨販売に係る規定に基づき、顧客に対して適切に説明を行う必要があります。 　また、乗合代理店は、保険業法第294条第3項に基づき、保険募集を行おうとするときは、あらかじめ、顧客に対して、所属保険会社等の商号や、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、又は保険契約の締結を媒介するかの別などについて明示する必要があります。
58.	―	多くの所属保険会社の中から、「代理店の都合」ではなく、取扱商品の商品優位性等の客観的理由により選定した保険会社群を顧客に書面等で示し、営業社員が顧客の意向をよく伺い、保険商品を数種類程度に絞り込んだ(絞り込む方法は規程化する)後に、偏りなく比較推奨するフローにしたいと考えている。 　当然、顧客が客観的理由により選定した保険会社群以外	推奨販売の対象となる保険契約の範囲は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等において取り扱うこととされている保険契約の中に「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか否かで判断するものです。 　したがって、代理店委託契約等において定められた取扱対象となる保険契約の中から、乗合代理店が独自の判断のみで、あらかじめ、推奨保険会社群や比較対象保険会社群などを設定し、それ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		を希望する場合は比較推奨の対象に加えることとするが、このような業務フローは適切な対応といえるか。	以外の取扱保険契約を比較推奨販売の対象外とすることは適切ではありません。
59.	―	監督指針Ⅱ－4－2－14において、以下のとおり規定されているが、今回の乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保に弊害を来すおそれが生じるのではないかと感じている。 【監督指針Ⅱ－4－2－14】 (1)損害保険会社による評価項目として、「規模・増収率」に偏ることなく、「業務品質」を重視しているか (2)略 (3)乗合代理店におけるシェアの拡大・維持や、保険代理店の新設や乗合いの承諾を得るなどの営業上の目的で、他の損害保険会社の代理店手数料の割増引率に追随するなどの例外的な運用を行っていないか。 代理店手数料の算出は、前年度の損害保険会社による評価項目に対する評価によって当年度の代理店手数料が決定されるが、今年度の代理店手数料は昨年度(監督指針改正前)の評価項目によって算定されており、規模や増収率に偏った評価基準が採用されていたが、監督指針Ⅱ－4－2－14(3)が規定されたことにより、各損害保険会社の代理店手数料の割増引率の追随が否定され、今年度の各保険会社の代理店手数料は昨年度と比較すると非常に大きな差が生じている。 今年度の各保険会社の評価項目も監督指針改定前の評価項目によって算定されており、規模や増収率に偏った評	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが廃止された趣旨に照らし、特定の保険契約を提案する場合、手数料水準、販売目標、便宜供与、保険会社との取引関係、社内都合、経営方針など代理店の都合や、保険募集人の主観的又は属人的判断に基づく事項を理由として、当該保険契約を提案することは顧客の意向に沿わない保険契約の提案と考えられます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		価基準が採用されている。 即ち来年度の代理店手数料も継続して「業務品質」を重視した代理店手数料割増引率にはならない。 各損害保険会社の乗合代理店に対する規模や増収率に偏った代理店手数料格差が生じた状態において、今回の乗合代理店に課された比較推奨販売を遂行するには、営利企業として特定の保険契約を推奨する場合に、監督指針案II－4－2－9(5)①B.(a)に記載の「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」することは現実的ではないと考える。 また、乗合代理店における顧客の意向として、迅速な保険契約の締結が第一である場合等、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)(注3)に記載の「顧客の意向を顧みず、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する」とあるが、顧客の意向を顧みた上で、営業上の理由(特定の保険会社の事務手続き・経営方針上の理由)を説明した上で、特定の保険会社の保険契約を提示・推奨することは許容されるべきであると考える。	
60.	第227条の2第3項第4号	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)後段に記載されている以下の内容について伺いたい。 【監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)後段】 「特に、顧客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	(1)　改正前のⅡ－4－2－9(5)②は、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロに基づく顧客の意向に沿った保険契約を選別する場面を想定したものであり、同号ハに基づく顧客の意向に沿わないで保険契約を選別する場面を想定したものではありません。 その上で、改正監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)の後段は、同号ロに基づく情報提供義務を踏まえ、顧客に対して説明を求めるものであり、体制整備の一環として説明を求めるものではありませ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		を有する基準や理由等を説明しているか。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及び顧客の求めに応じて、それらの保険契約の概要又は契約内容を説明する旨を説明しているか」 (1)　監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)前段において、「顧客の意向に沿って選別」した保険契約の中から、さらに特定の保険契約を推奨するための情報提供であることから、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(「顧客の意向に沿って選別」した場合の情報提供)に規定する「提案の理由」ではなく、体制整備の一環として、監督指針上求められる情報提供という理解でよいか。 ※従前の監督指針にあった「顧客に対し、特定の商品を提示・推奨する際には、当該提示・推奨理由を分かりやすく説明することとしているか。特に、自らの取扱商品のうち顧客の意向に合致している商品の中から、二以上の所属保険会社等を有する保険募集人の判断により、さらに絞込みを行った上で、商品を提示・推奨する場合には、商品特性や保険料水準などの客観的な基準や理由等について、説明を行っているか。」の「特に」以下は、改正前同号ロと同号ハを同時適用して情報提供を同時にできるという前提の記載だったと思われる。同号ハがなくなった場合の再整理が必要と考えている。 (2)　監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)前段において、「顧客の意向に沿って選別」した保険契約の概要の説明を要することとなったが、当該「概要」を提示する保険契約	ん。 (2)　同号ロに基づいて保険契約の概要及び当該提案の理由の説明が求められるのは、最終的に保険募集人が絞り込んだ保険契約について、これらの説明が求められます。 (3)　改正監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)においては、同号ロに基づき、特定の保険契約を提案する場合における当該提案の理由の説明が求められていることを理由に、「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等」の説明を求めています。これは同号ロの趣旨を踏まえた解釈を示すものであり、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.94を直接の根拠とするものではありません。 (4)　同号ハが廃止された後においては、募集過程全体を通じて顧客の意向に基づいた保険契約の選別が行われる必要があり、顧客の意向に基づかない保険契約の絞り込みは許容されません。 したがって、特定の保険契約を提示・推奨する場合には、顧客の意向に沿った選別を前提として行う必要があります。 Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)「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及び顧客の求めに応じて、それらの保険契約の概要又は契約内容を説明する旨を説明しているか。」は、顧客の意向に沿って最終的に絞り込んだ特定の保険契約以外の選別対象となる保険契約について、同号ロの趣旨に照らして、顧客の適切な商品選択の機会の確保の観点から、説明を求めるものです。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		の範囲と、同号ロの「提案契約の提案をしようとする場合」の提案契約の範囲は、同じではなく、同号ロは、顧客の意向に沿って絞り込んだ保険契約の概要を説明した上で、さらに絞り込んだ提案契約の提案も許容され、その「提案の理由」を示せば足りるという理解でよいか。 上記の理由から、今回の改正府令案では、同号ロの要件から「二以上の比較可能な同種の保険契約の中から顧客の意向に沿った保険契約を選別することにより」という提案契約の範囲を示す文言を削除したという理解でよいか。 (3)　同号ロには「提案の理由」としか記載されていないが、この「提案の理由」とは「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等」と解釈してよいか。また、この解釈は「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.94における「顧客に対して提示されるべき理由は、一定の具体性を有する理由であることを要するものと考えられる点にご留意ください」を考慮したものと考えてよいか。 (4)　上記の理解が正しい場合、同号ハが削除されたとしても、顧客の意向に基づかない絞り込みを一切認めないものではなく、顧客の意向に基づいた絞り込みを一定程度行うことをプロセスとして求めたうえで、保険募集人による絞り込みは、理由を提示すれば改正後も認められる(少なくとも、法令違反(不祥事件届出)にはならない)という	(5)　同号ハが廃止された後、上記のとおり、保険募集人による顧客の意向に基づかない保険契約の絞り込みは許容されません。 Ⅱ－4－2－9(5)①B.は、「比較可能な同種の保険契約」の中から、顧客の意向に沿って一又は二以上の保険契約を選別し、顧客に示す行為は「提示」とし、さらに、その中から、保険募集人が特定の保険契約を勧める場合を「推奨」としており、いずれの場合であっても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必要があります。なお、特定の保険契約を「推奨」する場合について、保険募集人の恣意的な判断が介在する程度が高まることから、顧客の最善の利益を勘案し、代理店都合によらない合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等の説明が特に重要であることを明確化したものです。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		理解でよいか。 なお、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)後段では「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及び顧客の求めに応じて、それらの保険契約の概要又は契約内容を説明する旨を説明しているか」と記載されているが、「保険契約の概要」について、同号ロでは「顧客の求めに応じて」という記載がないため、「顧客の求めに応じて」という文言は法令解釈としてはおけないのではないか。 (5)　監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)後段では「特に、顧客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「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等を説明」することを求めているが、反対解釈すると、同号ロでは「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等」は法令上の情報提供義務の内容として求められないという理解でよいか。	
61.	第227条の2第3項第4号	今回の改正によって、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(以下、ロ方式とする)についての文言に変更・修正が行われ、改正案では、「顧客の意向に沿って当該ニ以上の所属保険会社等を有する保険募集人が選別した比較可能な同種の」とあり、改正前の文言には「保険募集人が選別した」という文言はない。 また、改正前の監督指針においても、「特に、自らの取扱商品のうち顧客の意向に合致している商品の中から、二以上の所属保険会社等を有する保険募集人の判断により、さらに絞込みを行った上で、商品を提示・推奨する場合に	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		は」という表現が使われている。今回の改正案ではあくまでこの従前の監督指針の表現を流用・加筆しただけで、修正ではないと考えてよいか。 つまり、ロ方式のプロセスにおいて、顧客の意向を聞き取り、最終的には個々の保険募集人が保険契約を選別するという流れは、改正前後で特段変更はないと考えてよいか。	
62.	―	保険募集における説明義務は保険募集人に課されている一方、顧客に対して一律かつ網羅的な説明を受ける義務が課されているものではないと理解している。商品内容が類似し差異が限定的な場合において、顧客の関心、理解度及び説明を求める意思を確認した上で、主要な補償内容及び契約条件の要点に限定して説明を行うことは、顧客本位の業務運営の趣旨に反しないとの理解でよいか。 また、顧客が詳細説明を希望しない場合において要点説明にとどめることが、直ちに不適切な募集行為と評価されるものではないとの理解で相違ないか。	保険募集人には、法令に基づき、顧客の判断に必要な情報を分かりやすく提供することが求められますが、常に網羅的・詳細な説明を一律に行うことを求めるものではありません。 ただし、特定の保険契約を提案する場合には、当該保険契約の概要及び顧客の意向に照らした合理的かつ一定の具体性を有する提案基準や理由等について、説明する必要があります。 顧客が詳細説明を希望しない場合であっても、 顧客の意向、関心事項、理解度、商品特性等を踏まえ、顧客の適切な判断に重要な事項を過不足なく説明することが重要であり、必要な情報提供まで省略できるものではありません。
63.	―	比較推奨販売において「合理的かつ具体的な基準」が求められていることは理解しているが、自動車保険を含む損害保険分野においては、主要な補償構造、約款形式及び保険料水準が市場競争の結果として各社間で相当程度均質化している保険契約も存在する。 このような場合において、商品間に実質的な差異が限定的又は認められないという事実を説明すること自体が説明責任の履行に該当し、差異が存在しないにもかかわらず	比較説明に係る情報提供については、複数の保険契約の契約内容を比較して説明する場合に求められるものであり、複数の保険契約が存在することのみをもって、常に網羅的・詳細な比較説明が求められるものではありません。 商品間の差異が限定的であっても、特定の保険契約を提案する場合には、顧客の意向に沿った商品の絞り込みと対応関係にある理由が必要となり、商品間に限定的な差異しかない旨の説明は提案理由として適切ではありません。なお、他の商品との差異につ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		形式的な比較説明を行うことは、顧客の合理的判断をかえって阻害する可能性があるとの理解でよいか。 　また、顧客の意向確認を前提として、補償内容・保険料水準・契約条件等の客観的事実に基づき一つの保険契約に合理的に絞り込むことは、制度趣旨に反しないとの理解で相違ないか。	いて比較する場合には、比較の前提、補償内容、保険料水準、特約、免責、契約条件等について、顧客に誤認を与えないよう留意する必要があります。 　また、顧客の意向を踏まえ、補償内容、契約条件等の客観的な商品特性や保険料水準に基づき、合理的かつ一定の具体性を有する理由により一つの保険契約を選別し、提示・推奨することは、制度趣旨に反するものではありません。一方で、商品間の差異が限定的であることを理由として、手数料水準、販売目標、取引関係、事務都合等の代理店の都合により特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
64.	―	1996年から「保険の自由化」が開始されたが、規制緩和とは言われながらも、一方で、リスク細分型保険については金融庁主導の上限・下限のほか、保険会社の忖度・怠慢・システムへの投資不十分によって、米国と比較して個社ごとに差別化が進んでいない状況である。 　その中での「比較推奨販売」と言われても、特約や保険料が少し異なるだけで明確な相違点がなく、現場では混乱が予想され、時間もかかってしまう。顧客本位という視点に異論はないが、今般の改正が果たして顧客本位になるのか再度検証が必要と考える。また、保険会社に更なる自由化を促し、商品内容の差別化を図る必要があると考える。	比較推奨販売に係る規定は、商品間に大きな差異がある場合に限って適用されるものではなく、顧客が適切に商品選択できるよう、必要な情報提供・説明を求めるものです。商品間の差異が限定的な場合であっても、顧客の意向や商品特性を踏まえ、保障(補償)内容、保険料水準、特約等について、当該意向に即して分かりやすく説明することが重要です。 　一方で、常に取扱保険会社全社の保険契約を網羅的・詳細に比較説明することを一律に求めるものではありません。 　保険商品の開発については、各保険会社が顧客ニーズ、リスクの状況、競争環境等を踏まえ、法令等の範囲内で創意工夫を活かして取り組むことが基本です。金融庁としても、商品開発・商品審査、比較推奨販売の適切性、顧客への分かりやすい情報提供等の観点から、引き続き適切にモニタリングしてまいります。
65.	第227条の2第3項第4号	「合理的かつ一定の具体性を有する基準」について、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.では「商品特性」及び「保険料	推奨販売における情報提供の方法は、顧客の意向、商品特性、募集形態等を踏まえ、個別具体的に判断されます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		水準」が顧客の重視事項として提示されている。 実務上、顧客の意向は「保障(補償)内容」と「保険料」の二者択一に還元されるものではなく、「双方のバランスを重視する」、「保障(補償)は重視するが一定の価格制約がある」等、複合的な価値基準が存在することが一般的である。 この点、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロにおいて推奨を行う際には、複数の重要比較軸(保障(補償)内容・価格・双方など)の関係性について、顧客自身が視覚的に比較・検討できる形で情報を提供することが、説明義務を果たす上で重要であるとの理解でよいか。 併せて、比較軸が複数ある場合においても、当該軸間のバランスを顧客が自ら判断できるようにすることが、改正案が意図する「顧客の意向に沿った適切な比較推奨」に資するとの理解で相違ないか。	顧客が保障(補償)内容と保険料水準の双方、又はそのバランスを重視する場合には、保障(補償)内容、特約、免責、保険料水準、契約条件等の関係について、顧客が比較・検討しやすい方法で分かりやすく説明することが重要です。 比較表や図表等を用いて視覚的に示すことも、顧客の理解を助ける有効な方法の一つと考えられます。ただし、特定の保険会社又は特定の保険契約へ恣意的に誘導する表示とならないよう、比較の前提、対象範囲、算定条件等を明確にする必要があります。 また、複数の比較軸がある場合には、保険募集人が一方的に優劣をつけるのではなく、顧客が重視する事項を丁寧に確認し、その意向に沿って合理的かつ一定の具体性を有する理由に基づき提案することが重要です。
66.	―	事故の経験がない、又は保険の必要性を感じていない顧客の意向は保険料が安い保険会社となることが想定される。その意向を優先するのであれば、取扱保険会社全ての見積もりを出して比較することになるが、事故時の安心なサービスやメーカーのブランド保険を提案することで、顧客の意向は保険料から事故の安心さやブランド保険に変化することも考えられる。 乗合代理店の推奨方針で顧客の当初意向があった場合でも、事故時の安心なサービスやブランド保険を提案すると定めることは乗合代理店の恣意的な誘導と判断される	個別具体的に判断されますが、顧客の意向は募集過程における説明や確認を通じて明確化・変化し得るものであり、当初意向と最終意向が異なること自体は直ちに問題とはなりません。 例えば、当初は保険料水準を重視していた顧客に対して、補償内容の特徴等を丁寧に説明し、顧客がこれらを重視する意向に変化した場合には、その最終意向に沿った提案は許容されます。 他方で、保険代理店において、顧客の意向にかかわらず特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは認められないため留意が必要です。 したがって、社内方針においては、特定の保険契約ではなく、

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		のか。 　当初の意向が顧客の真の意向ではないこともあるため、意向を深掘りするプロセスを方針で定める必要があると考える。	顧客のリスク認識や重視事項を深掘りし、意向形成を促すことや意向を明確にするためのプロセス(確認項目、説明方法、記録・検証等)を整備することが重要であり、意向変化の経緯や提案理由を適切に記録され、当該意向の変化の経緯や理由が合理的なものであるかを確認しつつ、顧客の最終的な意向に基づいた提案が行われているかを確認することが重要です。
67.	第227条の2第3項第4号	自動車保険において、基本補償の内容についてほとんど差異がないのが現状であり、契約者の意向により希望する損保が決まるようなケースは実際の募集においては想定しがたい。 　保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロにおいて、募集前に契約者の意向を客観的な根拠に基づいて、乗合代理店が推奨しなければならないとするのであれば、損害保険会社の規模や過去実績、保険料差等を根拠として契約者に説明することになり、結果として規模の大きな損害保険会社か保険料が安い損害保険会社に集中することになる懸念がある。 　また損害保険会社が、自社の推奨理由を乗合代理店に提案してくることも想定され、行政による公正な立場での顧客の意向に合わせたガイドラインの策定と公表は必要であると思われる。	貴重なご意見として承ります。 　自動車保険について、顧客が重視する事項に即して必要な範囲で比較・説明することが考えられます。 　一方で、手数料水準、販売目標、取引関係、便宜供与、保険会社又は代理店の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは認められないため留意が必要です。 　また、監督指針は、比較推奨販売に関する基本的な考え方を示したものであり、顧客の意向や商品特性は多様であるため、画一的な推奨基準を定めることは困難ですが、各保険会社及び乗合代理店においては、これらを踏まえ、顧客本位の業務運営の観点から適切な教育・管理・指導を行うことが重要です。
68.	―	意向がない顧客に対して、ニーズの掘り起こしをする際に、保険料水準が確認必須の項目として金融庁によって設定されることがないよう要望する。 　実態として顧客要望では保険料の比較希望は潜在的に	貴重なご意見として承ります。 　顧客の意向が明確でない場合に確認・例示すべき事項について、監督指針上、保険料水準等を含む特定項目を全ての募集場面で一律に必須とする趣旨ではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		発生しているものの、ダイレクト型の保険シェアが8%程度にとどまっていることを鑑みると、保険料水準は顧客にとって決定要素ではなく、心理的要素(背中を押す)にとどまっていると考えられる。顧客にとって保険料水準は関心のある事項であるが、本質的な保険契約上のニーズは、日本損害保険協会の「保険加入に関する消費者アンケートの実施結果について」で示されているとおり、アフターフォローや丁寧なニーズ確認・説明時間であり、保険料水準以外の対人・サービス要因が契約選択に影響することが確認されている。 よって、推奨販売方針で保険料水準を確認必須項目とする合理的理由がないと考える。 保険料比較の必須化は表面的な価格の比較が優先され、補償内容・事故対応体制の説明時間が圧迫された結果として顧客理解が浅くなり、顧客への利益提供を損なうものと考えられる。 管理の容易さを目的として「ニーズの掘り起こしを行う際に確認する項目」の設定が行われない運用を求める。	各乗合代理店においては、取扱商品、募集形態、顧客属性等を踏まえ、顧客が重視し得る事項を適切に設定し、顧客の意向形成を促し又は明確化に努めることが重要です。 もっとも、保険料水準について、顧客がこれを重視する意向を示した場合には、補償内容、特約、免責等との関係も含め、分かりやすく説明する必要があります。 なお、保険料水準を確認することにより、全ての案件において、直ちに全取扱保険契約を網羅的に見積り・説明しなければならないものではありません。
69.	―	比較推奨における募集文書のあり方について、乗合代理店における比較推奨販売を実効性あるものとするためには、顧客が理解しやすい比較資料の活用が不可欠であり、募集文書の位置付けや作成主体について、より明確な考え方が必要であると考える。 乗合代理店は、複数の保険会社の保険契約を比較・推奨することが求められているが、顧客の立場から見れば、複	貴重なご意見として承ります。 比較表や比較ツールは、顧客の理解を助ける有効な手段の一つと考えられます。もっとも、比較表の作成主体、記載項目、使用方法等について、法令又は監督指針において一律の様式や要件を定めるものではありません。 募集文書の作成・使用方法については、保険募集管理態勢の一環として、所属保険会社等が保険代理店との委託契約等を踏ま

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		数社の補償内容や保険料を一枚の資料等で一覧的に比較できることは、理解促進の観点から有効であると考える。 しかしながら現状では、代理店が独自に作成した比較資料は募集文書として認められておらず、比較説明は各保険会社が定めた募集文書の範囲内に限定されている。その結果、顧客にとって分かりやすい比較説明を行いたくとも、実務上の制約が大きい状況にある。 また、民間システム会社等による比較ツールの活用(生命保険分野では既にある)についても、損害保険分野では保険会社からのデータ開示がなければ実現が困難であり、生命保険分野との間で環境差が生じている。 今回の改正により比較推奨販売の徹底を求めるのであれば、乗合代理店独自で作成した比較資料の取扱い・外部システムを活用した比較説明の可否・募集文書として求められる要件について、顧客理解の向上を軸とした明確な整理・方向性を示していただきたい。 比較推奨の形式的な遵守にとどまらず、顧客が納得して保険契約の選択を行える環境を整えることが、顧客本位の業務運営の実質化につながると考える。	え、正確性や誤認防止の観点から適切に確認・管理すべきものと考えます。 その上で、乗合代理店及び保険会社においては、顧客にとって分かりやすい比較説明が行われるよう、創意工夫を行うことが重要です。 なお、比較資料やツールを用いる場合であっても、比較の前提条件、対象範囲、算定条件、商品内容の差異等について、顧客に誤認を与えないよう適切に説明するよう、法令や監督指針に照らして対応する必要があります。
70.	第227条の2第3項第4号	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)前段に記載されている以下の内容のうち、「契約内容並びに当該提示・推奨する基準や理由等を説明」の部分は、保険業法施行規則第227条の2第3項4号ロの情報提供義務の内容と理解してよいか。 【監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)前段】 「乗合代理店が二以上の比較可能な同種の保険契約の中	貴見のとおり、Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)は、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロにおける情報提供義務の内容を踏まえたものです。 同(a)の「顧客の求めに応じて」は、「契約内容」にかかるものであり、「提示・推奨する保険契約の概要」及び「提示・推奨する基準や理由等」については、顧客の求めの有無にかかわらず説

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、一又は二以上の保険契約を提示・推奨する場合には、当該提示・推奨する保険契約の概要及び顧客の求めに応じて契約内容並びに当該提示・推奨する基準や理由等を説明しているか」 上記の理解でよい場合、「顧客の求めに応じて契約内容並びに当該提示・推奨する基準や理由等を説明しているか」について、「顧客の求めに応じて」という記載は「契約内容」のみにかかるという理解でよいか。 保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロには「顧客の求めに応じて」という規定がないことから、「理由説明」について、顧客の求めに応じて、とすることはできないものと思われる。	明する必要があります。 なお、ご意見を踏まえ、上記趣旨がより明確となるようⅡ－4－2－9(5)①B.(a)を一部修正しました。
71.	－	比較推奨販売において、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、代理店の都合によらない合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等」が求められるとされています。制度趣旨については理解している一方で、実務の現場においては、 ・どのような観点が「顧客の最善の利益を勘案した基準や理由等」として整理され得るのか ・顧客の意向や重視事項を踏まえた結果として、特定の保険契約を推奨する判断が、どのような形であれば合理的と評価されるのか といった点について、判断に迷う場面も想定される。 また、顧客が一定の判断基準に基づく比較説明を受け、その内容を理解した上で、特定の保険会社を選定するに至	合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等の内容については、顧客の意向、商品特性等により異なるため、一概にお示しすることは困難です。 一般論としては、特定の保険契約を提案する場合には、具体的な顧客の意向に照らして、保障(補償)内容や保険料水準などについて、当該保険契約を提案した主な基準や理由等を、顧客が理解できるよう説明する必要があります。 ただし、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止の趣旨に照らして、手数料水準、販売目標、便宜供与、資本・取引関係など代理店の都合や、保険募集人の主観的又は属人的判断に基づく事項を基準・理由とすることは、不適切な提案に該当し得るため適切ではありません。また、特定の保険会社の事務への精通等、顧客意向との関係で合理性・具体性に乏しく、顧客の比較判

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		らず、乗合代理店及び保険募集人に判断を一任する意思を示されるケースも実務上想定される。 　このような場合において、 ・乗合代理店はどのような考え方や手順に基づいて保険会社を選定することが適切と考えられるのか ・代理店の都合により恣意的に保険会社を選定したものではないと判断されるためには、どのような対応や整理が求められるのか 　といった点について、制度上の考え方を確認したい。 　特に、自動車保険のように商品内容や保険料の差が限定的な分野においては、顧客が「どの会社でも大きな差はない」と認識した結果として、乗合代理店又は保険募集人に判断を委ねる場面も少なくない。 　現場での説明や記録が過度に形式化することを防ぎつつ、顧客の意思を尊重した柔軟な対応が可能となるよう、乗合代理店又は保険募集人が顧客に判断を一任された場合の位置づけや、代理店として許容される判断プロセスについて、一定の考え方や整理が示されることが望ましいと考える。	断に資しない事項を理由とすることも適切ではありません。 　なお、乗合代理店においては、当該提案の基準や理由等について、社内規則等を定める必要があり、各保険募集人による特定の保険契約への恣意的な誘導とならないよう、例えば、顧客意向の把握方法、顧客が重視する事項の確認方法、顧客への説明方法、記録・検証方法などを組織的に適切に定めたうえで、各保険募集人に対し教育・管理・指導を徹底することが重要であると考えます。 　その上で、顧客の意向との関係で合理的かつ一定の具体性を有する説明を行い、意向変化の経緯や提案理由を適切に記録され、当該意向の変化の経緯や理由が合理的なものであるかなどについて、事後的に確認・検証できる態勢を整備することも重要です。 　顧客が保険募集人に判断を一任する意思を示した場合であっても、顧客の理解度、属性、リスク特性等が個々の募集において異なることから、一律に整理を示すことは困難です。 　なお、顧客より一任する意思が示された場合であっても、その意思表示のみをもって、乗合代理店が任意に特定の保険会社又は特定の保険契約を選別し、提示・推奨することは適切でははく、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促すこと又は意向の明確化に努め、その上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を提案することが重要です。
72.	ー	比較推奨販売の改正案において、10台以下のノンフリート契約の場合、新規契約時に複数損害保険の見積りを、顧客にお示しすることとなるが、商品内容・サービス内容に	比較推奨販売については、保険契約の台数や契約形態により適用の有無が左右されるものではなく、複数台保有の顧客を一律に対象外とすることは適当ではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		差がなく、唯一異なるのは保険料のみであるため、必然的に、顧客は、その時点で最安の損害保険を選択することとなる。 各損害保険会社は毎年のように保険料改定を行っているため、同じ顧客がいろいろな損害保険会社と契約することとなり、いざ、真夜中にバッテリーが上がった等、本当に困った時に、どの損害保険会社に電話をすればよいかわからない、といった事態が発生することを懸念している。 比較推奨販売の改正案において、例えば複数台保有の顧客は例外とする等、再考いただきたい。	一方で、常に取扱保険会社全社の見積りを作成・提示することを一律に求めるものではありません。顧客の意向、リスク特性、補償内容、保険料水準等を踏まえ、顧客の判断に重要な事項を分かりやすく説明することも重要です。 なお、同一契約者が複数の保険会社との契約を有している場合には、事故時等の連絡先や契約内容について、顧客が適切に理解できるよう分かりやすく説明する必要があります。
73.	―	自動車メーカーのブランド保険は取扱いできる保険会社が制限されている。ブランド保険を取扱うディーラー代理店において、3社取り扱っている場合であっても、ブランド保険を販売できる特定の保険会社が他社の保険契約に比べて魅力的になるため、当該乗合代理店の保険販売実績は結果的に1社に集中することが見込まれる。ブランド保険で取扱保険会社を絞り込んだ上で、ブランド保険を推奨することは恣意的な誘導に当たるか。	乗合代理店が、特定の保険契約を提案する場合においては、まず、補償内容等の商品特性や保険料水準について具体的な意向を確認する必要があることを前提に、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等として説明可能であり、他の商品選択肢を不当に排除しない事項についてあわせて顧客の意向を把握することが考えられます。 その上で、乗合代理店が、特定の保険契約を提案する場合は、当該提案理由について、顧客の意向との関係で合理的かつ具体的に説明する必要があります。 なお、当該特定の保険契約を推奨する場合には、Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)に照らして、他に比較可能な保険契約があること、顧客の求めに応じてそれらの概要又は契約内容を説明することを、分かりやすく説明する必要があります。 いずれにせよ、顧客の意向を踏まえず特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
74.	―	現在の自動車保険について、保険会社の担当者に各社との違いを聞いても明確な回答が得られない状況である。各社の商品性に違いがほとんどない実態を踏まえると、現場の保険募集人が保険契約の比較説明をすることは困難と考えている。 顧客から「事故対応が良い会社」という意向が示され、1社を推奨した後、当該保険会社の対応に不満が出た場合、当該保険会社を推奨した乗合代理店の責任になるのか。その場合、乗合代理店は怖くてどこの保険会社も推奨できなくなってしまうのではないか。 また、保険料の安さを求める顧客には通販型や共済が最も良いのは明白であり、我々乗合代理店が存在する意味自体を否定しているように感じる。	今般の保険業法施行規則及び監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店の都合や保険会社との関係により、顧客の意向に沿わない商品選別・提案が行われることを防止し、公正な保険募集を確保することを目的とするものであって、特定の募集方法を否定するものではありません。 特定の保険契約を提案すること自体が直ちに問題となるものではなく、顧客の意向を踏まえ、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき説明されているかにより判断されます。 「事故対応が良い会社」といった意向については、保険募集人の主観的評価に基づいて説明するのではなく、商品特性や保険料水準について説明するとともに、事故受付時間、ロードサービス、事故後のサポート内容等、合理性・具体性を有し、顧客の比較判断に資する事項に即して説明する必要があります。
75.	―	乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保について、顧客の意向に沿って二以上の比較可能な同種の保険契約から選別することとなっているが、どのような募集方法であれば「顧客の意向に沿って選別した」と言えるのか。また、どのような募集方法であれば「顧客の意向に沿って選別していない」となるのか、判断基準が必要と考える。 過去に損害保険協会が「過度な便宜供与のガイドライン」を作成されたが、「顧客意向に沿った保険会社選別のガイドライン」のようなものがあると、改正保険業法への対応を進めやすい。	具体的な募集方法の適否は個別具体的に判断されるものであり、一律の判断基準を示すことは困難ですが、例えば、補償内容、保険料水準、特約、免責金額等、顧客の比較判断に資する事項に基づき選別する場合は、顧客の意向に沿った選別となり得ます。 一方、手数料水準、販売目標、便宜供与、資本関係、取引関係、代理店の都合等、乗合代理店又は保険会社の都合を提案理由として特定の保険会社又は特定の保険契約を選別・提案することは、顧客の意向に沿ったものとはいえません。 監督指針において基本的な考え方を示しており、各乗合代理店において、社内規則等の整備、保険募集人への教育・管理・指導、記録・検証を通じて適切に対応することが重要です。
76.	―	顧客の意向として、乗合代理店の保険募集人が一番取扱	顧客が「乗合代理店の保険募集人が取扱いに慣れている保険会

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		いに慣れている損害保険会社の商品を希望する旨の意向が示される場合も多々あると思うが、当該意向を推奨理由とすることは問題ないか。	社の商品」を希望する場合であっても、保険募集人の属人的又は主観的な事情を理由に特定の保険契約を提案することは、顧客の意向に沿わない特定の保険契約の選別に該当し得るため、適切ではありません。 　このような場合には、顧客が何を重視しているのかを確認した上で、例えば、保障(補償)内容、保険料水準、特約、免責金額等、顧客の比較判断に資する事項との関係で、合理的かつ一定の具体性を有する説明を行う必要があります。
77.	―	顧客の最善の利益とは、保険事故が発生した際に速やかに保険金を受け取っていただくことだと認識しているが、「保険金支払実績が多い」ことや「保険金請求実務に精通している」というのは「当該提案の理由」として正当か。	提示・推奨する基準や理由等が、顧客の最善の利益に照らし、合理的かつ一定の具体性を有するか否かについては、顧客の意向や商品特性等を踏まえ、個別具体的に判断されます。 　他方、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止の趣旨は、便宜供与等により代理店の利益のみを優先して特定の保険契約の推奨が行われ、顧客の適切な商品選択の機会が阻害されないよう求める点にあり、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与、資本・取引関係、特定の保険会社の事務に精通していることなど代理店側の都合や、募集人の主観的又は属人的判断に基づく事項を基準や理由等とすることは、不適切な提示・推奨に該当し得るため適切でないと考えます。 　比較推奨販売を行うに当たっては、顧客が自らの抱えるリスクや保険ニーズに合致した保険商品であるかを十分に確認できるよう、保険募集人が保険商品に係る事項について顧客の意向を丁寧に把握することが前提であると考えます。こうした点を踏まえると、顧客の意向に沿って特定の保険商品を提示・推奨する際には、主たる基準や理由等として、顧客の意向に沿う保障(補償)内

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			容等の商品特性や保険料水準といった保険商品に直接関係する事項を説明する必要があります。 　また、顧客が事故対応件数や販売実績等の商品特性と直結しない事項についても重視する場合には、保険商品に直接関係する事項とあわせて、提示・推奨理由とすることは否定されませんが、これらの事項は顧客意向との関係で合理性・具体性を有し、顧客の比較判断に資する客観的事項である必要があります。いずれにせよ、これらの事項は商品特性と直結せず、恣意的な推奨につながるおそれがある点に留意が必要です。 　加えて、提示・推奨の基準や理由等に係る数値・資料の根拠について、例えば、同号ハに基づいて乗合代理店の店舗ごとに異なる保険会社の保険契約を取り扱っていたことを前提として、特定の保険契約を推奨するような資料等に基づく場合など、結果として、恣意的な選別とならないよう、収集期間、対象、件数、集計・評価方法等を明らかにするなど、合理性を適切に判断すべきです。 　なお、比較推奨販売における情報提供のみで適切な選択に至らない場合は、無理に特定の保険契約へ絞らず、比較説明や複数の保険契約の提示、追加の意向確認等により、顧客の適切な商品選択の機会を確保することが求められます。
78.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロは、「絞り込み」を行う場合の情報提供義務の内容として、保険募集人が「絞り込み」を行って提案をしようとする場合には、「顧客の意向に沿って選別をした保険契約の概要及び提案の理由」を情報提供義務の内容として課している。「顧客の	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが廃止された趣旨などに照らし、保険募集人が特定の保険契約を選別する場合には、顧客の意向に沿った選別を行うことが必要です。 　顧客の意向は、多様であることから、法令上その具体的な内容について一律の定めておらず、意向把握の具体性の程度やその把握

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		意向に沿って選別をした」ことが義務として規定されていることから、絞り込みの際には「顧客の意向に沿った選別」をすることが、情報提供義務の観点から必須となったという理解でよいか。 　また、同号ロについて、「顧客の意向」の具体性のレベルについて、法令上は、定義がされていないという理解でよいか。定義されていない場合、「顧客の意向」 をどのような具体性のレベルで捉えるか、また、どのように段階を追って引き出していくかについて、顧客の個性は様々であり定型化できないことから、保険募集人の裁量に委ねられている(法令上の規制はない)という理解でよいか(少なくとも、一定の幅が許容されることになるのではないか。)。 　なお、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.は、「また、顧客の意向に沿って保険契約を選別する場合には、事前に商品特性や保険料水準などの顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認する必要があることに留意する」とあり、そうした体制整備上の手続き的な規制を通じて、適正な「意向」の把握が図られているものと理解している。	方法について一概に回答することは困難ですが、意向の把握・確認を通じて、顧客が自らの抱えているリスクを認識し、その中でどのようなリスクを保険でカバーするのかを認識した上で保険に加入できる機会を確保する必要があることに照らすと、保険募集人の恣意的な取扱いが許容されるものではありません。 　Ⅱ－4－2－9(5)①B.は、顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認し、形式的な意向把握にとどまらず、把握した意向に沿って合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等により提示・推奨する必要があることを示したものです。 　一方で、手数料水準、販売目標、便宜供与、取引関係等、代理店の都合による恣意的な選別・誘導とならないよう留意する必要があります。
79.	－	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)②ア.について、「基準」や「理由」が具体的に何を意味するか不明である。具体的な内容がわかるよう例示を示すなど、どのようなものを想定して「基準」や「理由」という文言を使用されたのか明らかにしていただきたい。 　例えば、保険種類ごとや個別の顧客とのやりとりごとに、顧客に説明する推奨の基準や理由等は変わると思われ	Ⅱ－4－2－9(5)②ア.の「提示・推奨する基準や理由等」についての「社内規則等」とは、乗合代理店自身の規模や業務特性を踏まえつつ、保険募集人ごとに恣意的な運用とならないよう、例えば、顧客意向の把握方法、顧客が重視する事項の確認方法、提示・推奨する基準や理由、顧客への説明方法、記録・検証方法などを組織的に適切に定めることを指し、各店舗又は各保険募集人に対しては、社内規則等に基づき、教育・管理・指導を徹底することが重要であ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		るが、そのすべてのケースをあらかじめ想定して、個々のケースごとの基準や理由等を社内規則に定める必要があるのか。仮に、そこまで規定化する必要がないのであれば、自社の社内規則について、「基準」や「理由」につきどのような定め方をする必要があるのかご教示いただきたい。	ると考えます。 したがって、全ての保険種類や個別顧客ごとの具体的な推奨理由を、あらかじめ網羅的に社内規則等へ定めることまで求めるものではありません。 その上で、個別の募集場面では、把握した顧客意向に照らし、合理的かつ一定の具体性を有する理由を説明できるよう対応する必要があり、その適切性を事後的に確認・検証する必要があります。
80.	―	意向把握・比較推奨のプロセスについて、顧客の意向に沿って保険契約を絞り込む際の「客観的な基準」とは、例えば保険会社A社の事故対応サービスの充実度を重視して比較した等の記載も抽象的であるとの理解でよいか。また、「顧客が特に重視すると考えられる事項」について考え方を具体的に示していただきたい。	乗合代理店が顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨する場合には、顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認した上で、提示・推奨する基準や理由等を合理的かつ具体的に説明する必要があります。 例えば、「A社は事故対応サービスが充実している」とのみ説明する場合は、一般に抽象的であり、事故受付体制、受付時間、ロードサービス、事故後のサポート内容、保険金支払手続等、顧客の比較判断に関係する合理的かつ具体的な事項に即して説明する必要があります。 「顧客が特に重視すると考えられる事項」としては、補償内容、保険料水準、特約、免責金額等が考えられます。 なお、顧客の意向確認に先立ち、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することや、保険募集人の主観的評価、販売実績、手数料水準、販売目標、便宜供与等を主たる理由として推奨することは適切ではありません。
81.	―	顧客の意向に沿って保険契約を選別する場合には、乗合代理店が事前に推奨方針に沿って、商品特性や保険料水準、付帯サービスなどから保険契約を選別することになる	貴見における推奨方針が必ずしも明確ではないため、お答えすることは困難です。なお、乗合代理店において事前に定める社内規則等は、顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨するた

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		が、顧客の意向が保険料水準のみといった限定的な場合は乗合代理店の推奨方針と違う対応が求められる。 　その際は証跡・記録を残す、非推奨商品も必要に応じて説明を行うなどの対応を行っている限り、問題ないと考えるがその理解でよいか。	めの判断枠組みを定めるものであり、個別の顧客意向に反して適用するものや恣意的に特定の保険契約に誘導するためのものではありません。 　顧客の意向が保険料水準を重視するものである場合には、保険料の多寡のみで直ちに選別・提案するのではなく、可能な限り同一又は近似の条件で比較することが望ましく、補償内容、特約、免責、付帯サービス等の差異も踏まえて、提案理由を合理的かつ具体的に説明する必要があります。
82.	―	損害保険の実務においては、乗合代理店における各保険会社の保有実績や過去の経験値による顧客対応品質の違いがでることが現実的にはあると想定している。実務として、乗合代理店が恣意的に判別することなく、保有実績、事故件数を開示し、顧客に示した上で、アンケート方式で顧客自身が保険会社を選定する場合は、顧客の意向に沿っているとの理解でよいか。また、提案の過程で、顧客による補償の要望が具体化した場合は、それに対応する保険会社を推奨することは問題ないとの理解でよいか。	本件については、個別具体的に判断すべき事項であり一概に回答することは困難ですが、顧客の意向を適切に把握する観点から、アンケートを活用すること自体は否定されません。 　ただし、顧客が重視する事項を確認するにあたり、その選択肢や表示方法等については、顧客の意向が重要であることを前提に、顧客が自らのリスクや保険ニーズを適切に認識し意向を表明できるよう設計される必要があり、補償内容等の商品特性や保険料水準を含めることが適切と考えます。 　保有実績、事故件数等を選択肢又は説明項目とする場合も、それらが合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等として説明可能であり、他の商品選択肢を不当に排除しないものであることが必要です。 　また、これら事項は、例えば、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハに基づいて乗合代理店の店舗ごとに異なる保険会社の保険契約を取り扱っていたことを前提として、特定の保険契約を推奨するような根拠等に基づく場合など、結果として、恣意的な選別とならないよう、その採用の適否は慎重に判断するとともに、特

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			定の事項が過度に強調されないよう表示方法等を工夫することも重要と考えます。 いずれにせよ、選択肢や表示方法が、顧客の意向確認に先立って特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導するものとなる場合には、代理店都合による恣意的な選別と評価され得ます。 なお、アンケートの設計に当たっては、顧客が商品特性や保険料水準等に関する意向を適切に表明でき、保険代理店が、これを把握できるような項目・導線等とするとともに、その内容を事後的に確認・検証できる態勢を整備することも重要です。 また、提案過程で顧客の補償ニーズが具体化した場合に、その意向に対応する保険契約を提示・推奨することは、当該理由を分かりやすく説明する限り、問題ないと考えます。
83.	―	意向把握の中で、システム的に一定の補償と保険料を一覧表示するようなケースにおいて、乗合代理店が取扱う保険契約のうち、各社で補償内容が異なる保険契約について全く同じ条件で作成することができず、乗合代理店やシステム会社の恣意的要素が入り込む余地があると考えている(例：特定の保険会社に有利な比較ロジックの設定や設問など)。 単純に保険料比較を提示することは、顧客の意向を踏まえた対応とはいえないと考えるが、その理解でよいか。	ご理解のとおり、単に保険料のみを一覧表示することは、直ちに顧客の意向を踏まえた比較推奨販売と評価されるものではありません。保険料の多寡のみならず顧客のリスク認識、保障(補償)内容、保険金額、保険期間、特約、免責、引受条件、保険料負担等について、適切に具体的な顧客の意向を把握する必要があります。 比較ツール等を用いる場合であっても、可能な限り同一又は近似の条件で比較することが望ましく、補償内容、特約、免責金額等の差異や、保険料に影響する要素を分かりやすく説明する必要があります。 また、比較ロジック、設問、表示順等が、特定の保険会社又は特定の保険契約へ恣意的に誘導するものとならないよう留意する必要があります。 なお、全ての案件で取扱保険会社全社の保険契約を網羅的に試

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			算・説明することを一律に求めるものではありませんが、比較対象を絞り込む場合には、推奨販売に該当し得ることから、その基準や理由を合理的かつ具体的に説明する必要があります。
84.	―	顧客の意向に沿って保険契約を選別する際の確認事項(比較事項)については、商品特性や保険料水準、付帯サービスといった顧客が重視する事項である必要があるが、保険本来の補償機能やサービスとかけ離れた事項(購入した商品のメンテナンスなどといった観点)での選別は、代理店都合による恣意的な商品選別につながるおそれがあると考えられるがどうか。	貴見のケースにおいて具体的に想定している事項が不明確ですが、保険本来の保障(補償)機能やサービスと乖離した事項に基づく保険契約の選別は、乗合代理店による恣意的な保険契約の選別にあたるおそれが高いと考えられます。
85.	―	改正後の比較推奨においては、見積結果の前に、比較対象商品を選別することが求められているが、その選別基準として実務上もっとも一般的かつ合理的なのが、顧客が「価格を重視するか」、「補償内容を重視するか」といった価値判断である。 価格重視・補償重視といった優先順位の確認は、「顧客の意向把握」に含まれるとの理解でよいか。	貴見のとおり、価格重視・保障(補償)内容重視といった優先順位の確認は、顧客の意向把握に含まれ得ます。 ただし、これらの確認のみで常に十分というものではなく、顧客のリスク認識、必要な補償内容、保険金額、保険期間、特約、免責、保険料負担の許容度等を踏まえ、顧客の意向を具体化することが重要です。 なお、顧客が保険料水準を重視する場合であっても、保険料の多寡のみで直ちに選別・提案するのではなく、可能な限り同一又は近似の条件で比較することが望ましく、保障(補償)内容等の差異、保険料に影響する要素を分かりやすく説明するなど適切に対応する必要があります。 また、比較軸や選別理由については、事後的に確認・検証できるよう、乗合代理店の業務実態に応じて適切に記録することも重要です。
86.	―	保険加入希望の顧客に意向把握をしたところ、「事故対	「事故対応が良い保険会社」といった意向については、商品特性

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		応が良い保険会社」が希望であった場合、「事故対応の良い保険会社」は数値化することができず、客観的に顧客に示すことができない。 　このように客観的に示すことができない項目の場合、どのようにすればよいか。	や保険料水準についての意向を確認するとともに顧客が重視する内容を具体化することが重要です。 　例えば、事故受付時間、ロードサービス、示談交渉サービスの有無、保険金支払手続、事故後のサポート内容等のうち合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等として説明可能であり、顧客の比較判断に資する事項について顧客の意向を確認し、各保険契約の内容等の商品特性や保険料水準とあわせて分かりやすく説明することが考えられます。 　推奨理由は必ずしも定量的データに限られませんが、保険募集人の主観的評価や属人的な事情を提案理由とすることは不適切と考えます。商品特性や保険料水準について説明するとともに、顧客の最善の利益を勘案したものとして、顧客の意向との関係で合理的かつ具体的に説明する必要があります。なお、合理的な理由が明確でない場合には、複数契約を提示し、比較説明又は追加の意向確認を行うことが適切です。
87.	第227条の2第3項第4号	損害保険において、個々の保険募集人においては、本当に「特定の損害保険会社の事務に精通」しており、他社の事務手続きは不慣れであるケースはあるように思われる。 　この場合、従来であれば保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする)によって「特定の損害保険会社の事務に精通している」などと当該提案の理由を説明し、顧客が了承したならば、より事務に精通した保険会社の保険契約の提案が可能であったと解釈しているが、今回の改正でそのハ方式がなくなった。 　そこで、同号ロ(以下、ロ方式とする)に従って、顧客意	貴見のケースにおいて想定されている場面が必ずしも明確ではありませんが、顧客の意向に沿って複数の保険契約を提案した後であっても、「保険募集人が特定の保険会社の事務手続に精通している」ことを理由に、特定の保険契約を実質的に提案することは適切ではありません。 　保険募集人の事務習熟度は、基本的には代理店の業務都合・属人的事情であり、それを理由として特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導し得る運用を行うことは、比較推奨販売規制の趣旨に照らし問題となり得ます。 　顧客が事故時対応等を重視する場合には、商品特性について説

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		向に沿って比較推奨販売を行うが、例えば保険会社A～C、を比較可能な同種の保険契約として提示・推奨し、当該提案の理由を説明した後で、「ご提案はさせて頂きましたが、実は保険会社B、C社については事務手続きにあまり精通しておらず、保険会社Aの保険契約の方が、事故が起きた際により迅速な対応が可能です。勿論、B、C社の保険契約をお選び頂いても構いません。」などと説明を加え、顧客側も、「担当者が事務手続きに精通している保険会社の方が、何かあった時に安心出来る」として、顧客が保険会社 Aを選んだ場合、保険会社B、Cにおいても、提示・推奨はしている事から、上記のような商談の流れは一般論として法令上問題はないと考えてよいか。	明するとともに、事故受付体制や保険金支払手続等、顧客の比較判断に資する事項に即して、合理的かつ具体的に説明する必要があります。 また、形式的にB社・C社の保険契約を提示していても、その後の説明により、実質的にA社へ誘導している場合には、適切な推奨販売とは評価されず、問題となります。
88.	―	乗り合っている保険会社が多数ある中で、顧客に事前アンケートを実施し、ご意向や説明を希望する保険会社をチェック・記入していただき、意向内容と希望保険会社により提案範囲を絞り込んだ上で、偏りのない説明を開始するフローを検討しているが問題ないか。	事前アンケートを活用し、顧客の意向や説明を希望する保険会社を確認すること自体は否定されませんが、アンケートの設問・選択肢・導線等によって、顧客の意向が特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導されることのないよう留意する必要があります。 また、アンケートを活用する場合、顧客の意向が重要であることを前提に、顧客が自らのリスクや保険ニーズを適切に認識し、意向を表明できるよう設計される必要があるところ、商品特性や保険料水準といった保険商品に関する事項を含めるとともに、それらが合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等として説明可能であり、他の商品選択肢を不当に排除しないものであることが適切と考えます。 なお、事前アンケートを活用する場合であっても、各保険募集人においては、形式的・画一的なヒアリングにとどまらず、顧客の具

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			体的な意向、理解度、属性、リスク状況等を踏まえ、必要に応じて追加確認を行うなど適切に意向把握する必要があります。
89.	―	自動車保険等、商品間の差異が比較的小さい分野において、僅かな違いを詳細に比較・説明することは、代理店及び顧客双方にとって負担となり、必ずしも有益とは言えない場合がある。 商品特性に応じた柔軟な対応を認める運用とすることを希望する。	比較推奨販売において求められる基本的な情報提供の内容は、商品分野によって異なるものではありません。 ただし、常に全ての商品差異を網羅的・詳細に説明することを一律に求めるものではなく、顧客の意向、商品特性等を踏まえ、顧客の適切な商品選択に資する重要な事項を分かりやすく説明することが重要です。 なお、商品差異が小さいことを理由に、手数料水準、販売目標、取引関係、事務都合等の代理店の都合により特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
90.	―	比較推奨販売において、提示・推奨する基準や理由を社内規則等に定めるにあたり、意向を踏まえて商品を絞り込むプロセスは、顧客からヒアリングできる意向等が一様ではなく、以下のとおり一定部分境界線が曖昧な判断とならざるを得ないと考えている。 法人も含め、顧客ごとに知識・経験・資産状況・目的・環境等も区々であるため、営業社員ごとのコンサルティング経験や感覚等の違い等を生かし、提示する保険契約が一様ではない可能性もある。ただし、当然、手数料の多寡等代理店都合は判断基準としない。 パソコン等でのデジタル画一的な選択肢により商品を絞り込む手法は、個人保険には有効な部分もあるが、必ずしも法人保険も含めた顧客へのきめ細かな対応とは言えないと考えている。	Ⅱ－4－2－9(5)②ア.に定める社内規則等の具体的内容は、乗合代理店の規模・業務特性、取扱商品、募集形態、顧客属性等を踏まえ、各乗合代理店において適切に定めるものと考えられます。 比較推奨販売においては、顧客の知識・経験、資産状況、加入目的、事業内容、リスク状況等が異なり得るため、同一の社内規則等に基づく判断枠組みの下でも、顧客ごとに提示・推奨する保険契約が異なることはあり得ます。 一方で、募集人ごとの経験や感覚のみによる属人的・恣意的な商品選別は適切ではありません。社内規則等には、例えば、顧客意向の把握方法、顧客が重視する事項の確認方法、提示・推奨する基準や理由、顧客への説明方法、記録・検証方法等を定めることが考えられ、募集人への教育・管理・指導を徹底し、組織として一貫性のある運用を確保することが重要です。 また、デジタルツール等の活用は否定されませんが、顧客の意向

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			や属性等に応じた意向把握や情報提供が適切に行われるよう留意する必要があります。
91.	ー	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(代理店独自の推奨理由)を一律に廃止することは、乗合代理店の経営の自由度や自主性を損なうおそれがあり、地域特性や顧客ニーズを踏まえた柔軟な提案を困難にする可能性がある。 乗合代理店独自の推奨理由についても一定程度尊重しつつ、顧客に対して十分な説明を行った上で、同意・了解を得る前提での運用が、顧客本位の観点からも望ましいと考える。	貴重なご意見として承ります。
92.	ー	顧客の意向を確認した結果に対応する複数損害保険の保険契約の提案において、そもそも保険契約に明確な差異がない場合に、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等をつけることは難しいと考える。 また現実的に自動車の販売の流れの中の限られた時間で十分な説明を行うことは難しく、顧客も提示された複数保険契約から選ぶことが出来ずに困る状況も想定される。 このようなケースを考慮し、特定の保険契約を推奨する場合においては「保険契約の比較を希望された場合」又は「意向に対して顕著な差異が見られる場合」の運用とすることとされたい。	
93.	ー	乗合代理店のため保険業務に従事している人員が限られている中、取扱保険会社全社の見積書を作成することは負担が大きい。 また、大型車の自動車保険を多く扱う当社はネット損保	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		で契約できない車種であることもあり、保険料や商品内容ではなく「代理店」を選択して「代理店」と契約している気持ちが強く、複数社の大差がない保険契約を長々と比較説明する必要性がないと感じる。	
94.	―	自動車保険は生命保険と異なり、車両を保有する方が、自動車保険に加入するニーズが顕在化している。 また、各保険会社の自動車保険は特約等に一定の差異はあるものの、根幹をなす基本補償は、ほぼ一律となっている。 一方で、保険料・特約・補償内容等の細かな改定が頻繁に行われるため、すべての取扱保険会社の商品を常に詳細まで把握し、網羅的に比較説明することは高度な知識・経験を要する。 細部の特約等の比較に過度な時間を要することで、基本補償等の重要な説明が十分に行えなくなる、いわゆる「木を見て森を見ず」の状態とならないよう、実務に即した、より簡便で実効性のある比較推奨の在り方を要望する。	
95.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロは、保険契約の変更の場合にも適用されるのか。 適用されるとしても、そのような場合にも「意向に沿った絞込み」をする必要はない、あるいは、顧客の推定される「意向」から既契約に絞り込まれているという理解でよいか。 また、そのような場合に、「保険契約の概要」として情報提供しなければならないものは何か。	既契約の満期到来に伴う保険募集を行う場合であっても、保険募集人は、顧客が適切な理解に基づき、自主的に既契約の継続の要否や内容を判断できるよう、顧客のリスク特性や意向が変化している可能性にも留意しつつ、既契約の内容・特性等に応じて、顧客の意向を適切に把握し、当該意向に沿った提案・説明を行う必要があります。 その上で、既契約の満期に伴う保険募集を行う場合における保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			要否は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか、保険契約を選別・提案するものであるかどうかによって個別具体的に判断される必要があります。 なお、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに同号ロに係る対応が必要となるものではありません。 ただし、当該判断が顧客の主体的判断に基づくものか、又は保険募集人による恣意的な誘導が行われていないかは、個別具体的に判断されます。一方、同号ロが適用される場合において、変更手続の過程で、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険募集人が顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨する場合には、当該保険契約の概要及び提示・推奨理由等を説明する必要があります。 推奨販売を行う場合の「保険契約の概要」としては、顧客の意向に沿って絞り込んだ保険契約の概要を説明することが考えられます。
96.	―	顧客の意向を類推し、例えばサイバーリスク等の保険提案の情報提供を行うような場合には、まず保険料水準や補償全体像を示すうえで取扱各社の保険内容をすべて例示することは、顧客の負担感もあると承知している。そのような場合には、顧客になぜその商品を明示したのか証跡を残したうえで提案できることとし、その上で顧客に加入の意思がある場合には、顧客の意向に沿った保険契約を提案	貴見のケースは、顧客の意向を推定したうえで、特定の保険契約を提案するケースと考えられますが、Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)で定める意向推定の方法を用いながら、特定の保険契約の選別・推奨をあらかじめ企図し、顧客の意向を恣意的に形成又は解釈するなどの行為により、実質的に従前の保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハと同様の運用を行う場合には、比較推奨販売規制の潜脱に該当し得るため留意する必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		することは可能との理解でよいか。	なお、意向推定の方法は、例えば、保険会社の営業職員が、第一分野又は第三分野の保険契約について、当初は潜在化している顧客の意向を顧客属性や生活環境等に基づき推定した上で、対面で顧客と双方向的なやり取りを通じて意向を説明・明確化しつつ、その変化にも対応する保険募集の場面に用いられることを想定したものです。 したがって、Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)で定める意向推定の趣旨を踏まえつつ、意向推定が合理性・妥当性を有するか否か、個別具体的に判断するとともに、当該推定が顧客の意向に合致しているかを確認する必要があります。 仮に適切に顧客の意向を把握した場合、特定の保険契約を提示・推奨するときには、同号ロ及びⅡ－4－2－9(5)①B.に基づいて、当該保険契約の概要及び当該提示・推奨する基準や理由等について、また、顧客の求めに応じて契約内容について適切に説明するとともに、かかる比較推奨販売の適切性について、同法施行規則第227条の14及びⅡ－4－2－9(5)②に基づいて、態勢を整備する必要があります。
97.	第227条の2第3項第4号	「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.83及び84において、「保険契約の概要」とは、「顧客が保険商品を絞り込むための契機となる情報であり、基本的には、保険商品のパンフレットの商品概要に記載している内容を提示することが想定」される旨の回答があるが、改正後の保険業法施行規則第227条の2第3項第4	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロにおける「保険契約の概要」については、今般の改正により従前の考え方を変更するものではありません。 「保険契約の概要」とは、顧客が保険商品を絞り込むための契機となる情報であり、基本的には、保険商品のパンフレットの商品概要に記載される内容を提示することが想定されます。 ただし、具体的に、どの資料・記載内容をもって概要説明として十分かは、顧客の意向、商品特性、募集形態等を踏まえ、個別具体

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		号ロにおける「保険契約の概要」においても考え方の変更は無いという理解でよいか。	的に判断されます。 なお、単に商品名や引受保険会社名のみを一覧で示すだけでは、通常、十分とはいえない点に留意が必要です。
98.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ の「概要」とは、平成26年法改正時に実務上整理された「一覧表」(保険商品のパンフレットの商品概要に記載している内容の提示)という理解は維持してよいか(「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.82参照)。	
99.	―	ディーラー社員は、基本的な自動車保険に関する知識は有してはいるものの、専業の保険代理店のように、乗合保険会社すべての商品内容や頻繁な改定内容までを網羅的に把握することは容易ではない。そのため、比較推奨販売を行うに当たっては、基本補償や主要な特約等を中心とした一覧表の提示など、簡便で分かりやすい方法により説明を行うことが、顧客の理解・納得を得る上でも有効であると考えるがいかがか。	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売において、全ての案件において、乗合保険会社全社の商品内容や改定内容を網羅的・詳細に説明することを一律に求めるものではありません。 顧客の意向、商品特性、募集形態等を踏まえ、基本保障(補償)、主要な特約、保険料水準、免責等、顧客の判断に重要な事項を分かりやすく説明することが重要です。 そのため、基本保障(補償)や主要な特約等を整理した一覧表等を活用することも考えられます。ただし、比較の前提、対象範囲、保障(補償)内容や保険料水準の差異等について、顧客に誤認を与えないよう留意する必要があります。 また、代理店の規模・業務特性等に応じ、実効的な態勢を整備することが重要ですが、募集人の知識不足や業務負担を理由に、顧客の意向に沿わない商品選別や特定の保険会社への誘導を行うことは内容や態様等によっては、保険業法第300条第1項第1号及び第6号に抵触するおそれがあります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
100.	―	各社の保険商品そのものに大きな差異がない中で比較推奨販売を厳格化することで、保険会社間の過度な商品競争や価格競争を引き起こすことにならないか懸念している。差別化のために商品が複雑になればその説明も難しくなり、結果的に顧客を置き去りにすることにならないか。	貴重なご意見として承ります。 今般の保険業法施行規則及び監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店側の都合や保険会社との関係により、顧客の意向に沿わない保険契約が選別され、提示・推奨が行われることを防止し、顧客の適切な商品選択の機会を確保することを目的とするものです。 今後は、保険業界においては、顧客本位の業務運営を損なわず、商品内容等に基づく健全な競争が行われるよう留意する必要があります。
101.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(以下、ロ方式とする。)の一般的な考え方については、改正府令の条文に反しない限り「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.195を継承しているという理解でよいか。 例えば、共同募集を行う場合には、両募集人が共通して取り扱う保険契約のみ取り扱うことができると理解している(同パブリックコメントNo.195参照)。乗合代理店は、社内規則により共同募集のみを行う取扱保険契約をあらかじめ絞り込まない限り、実態上取り扱うことができない保険契約であっても情報提供義務の規制がかかり、提案の理由を説明しなければならないという理解でよいか。 また、顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨する保険契約の概要を説明する場合において、「顧客の	本改正は、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.195(4)の解釈を変えるものではありません。 当該パブリックコメントにおいて示された「金融庁の考え方」は、把握した顧客の具体的な意向を踏まえ、共同募集により取り扱う保険契約が選定されたことを前提として、当該共同募集において取り扱うことのできる保険契約は、両代理店において共通して取り扱われる契約に限られることを明らかにしたものであり、比較推奨販売の対象を一律に共同募集に係る保険契約に限定することまでを許容する趣旨ではありません。 したがって、共同募集であることや、手数料配分・業務分担等の代理店側の事情を理由として、顧客の意向に先立ち比較推奨販売の対象を共通取扱商品に限定することは適切ではありません。 比較推奨販売においては、各乗合代理店が取り扱う保険契約の範囲、顧客の意向等を踏まえ、顧客の意向に沿って適切に選別し、

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		意向に沿った絞り込みではなく、共同募集では取り扱うことができない保険契約」についても概要を説明する必要があるのか。 「社内規則」とは、社内の「規則」類を制定するにあたり、所要の決定手続きを経ていないマニュアル類や当該部署限りでの決定も含まれると理解してよいか。 ロ方式において情報提供すべき「顧客の意向に沿って選別」した保険契約の概要とは、「顧客の意思に適合する形で選別がなされている限り、さらなる選別は許容される」という趣旨の理解でよいか。	提示・推奨を行う必要があります。 共同募集の枠組みでは取り扱えない保険契約であっても、顧客の意向に照らし重要な選択肢となり得る場合には、その旨を踏まえ、必要に応じて単独募集への切替え、取扱可能な保険募集人への引継ぎ等により、顧客の適切な商品選択の機会を阻害しないように対応することが求められます。 また、代理店委託契約上取り扱うこととされている保険契約について、代理店が社内規則等のみで比較推奨販売の対象外とすることは適切ではありません。取扱範囲を限定する場合には、所属保険会社等との代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化されている必要があります。なお、社内規則等には、代理店全体として組織的に策定された社内規則やこれに準じるマニュアル類等が含まれ得ますが、一部署限りの決定のみでは足りません。 把握した顧客の具体的な意向を踏まえて、当該意向に適合する範囲で保険募集人が合理的な絞り込みを行うことは妨げられないものの、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止に伴い、顧客の意向に沿わない保険契約の選別は許容されません。
102.	―	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)において、「乗合代理店が二以上の比較可能な同種の保険契約の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、一又は二以上の保険契約を提示・推奨する場合には、当該提示・推奨する保険契約の概要及び顧客の求めに応じて契約内容並びに当該提示・推奨する基準や理由等を説明しているか。特に、顧客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	前提として、共同募集の方法に関する意向だけでなく、保障(補償)内容、保険料水準等について、顧客が自らのリスクや保険ニーズを適切に認識できるよう、具体的な意向を適切に把握する必要があります。 その上で、当該顧客の意向が、共同募集により取り扱う特定の保険契約に係るものであることが明確である場合には、その意向に沿った対応が考えられます。 したがって、顧客の意向を適切に把握することなく、手数料按分

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		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しているか。」と記載がある。 　今後、他の生命保険取扱代理店と共同募集を実施するにあたり、両社で手数料を按分する都合上、顧客意向を満たし、かつ、両社が乗り合っている保険会社の中から推奨商品を選定する予定である。（当社のみ乗り合っている保険会社の商品は案内しない） 　この取り扱いは「保険募集人や乗合代理店の都合によることなく」に抵触しない、という理解でよいか。 　他代理店が担当する当初の意向把握時点において、当該募集が共同募集であること、対象保険会社が決められていることは開示する予定である。	等といった代理店側の都合であらかじめ保険会社を絞り込んでいる場合、保険募集人や乗合代理店の都合による保険契約の選別となるおそれがあります。 　なお、顧客の意向を把握する際に、共同募集であることを理由に、比較・選別対象となる保険会社が決められていることを、あらかじめ顧客に開示することは、恣意的な特定の保険契約への誘導に該当するおそれがあり、問題となり得ます。
103.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロについて、いわゆる「共同募集」については、各共同募集人が取り扱うことができる共通の保険契約だけが、「当該二以上の所属保険会社等を有する保険募集人が取り扱う保険契約」であることを確認したい。	共同募集の場合であっても、比較推奨販売に係る規定の適用は、各保険募集人の顧客の意向形成への関与の度合い、顧客への説明・提案の実態等を踏まえて個別具体的に判断されます。 　比較推奨販売を行う乗合代理店において、自ら取り扱う「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在する場合には、これらを前提として、顧客の意向に沿って適切に保険契約を選別し、提示・推奨を行う必要があります。 　したがって、共同募集に関与する他の代理店が取り扱っていないことのみを理由に、当該保険契約を比較推奨販売の対象外とすることは、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するため、適切とはいえません。 　また、共同募集の枠組みを用いて比較推奨販売に係る規制を潜

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			脱し得る運用を行うことは、問題となり得ます。
104.	―	他保険代理店との共同募集(当社は事務のみ)のために代理店委託契約を締結し、顧客に対する直接の募集業務を実施していない保険会社が複数社存在している。当該保険会社と代理店委託契約は締結しているものの、当社としては単独で取り扱う方針ではないため、比較推奨の対象外としたい。 このため、以下の方法の可否を検討している。 a. 一部保険会社との代理店委託契約を解約する。 b. 保険会社ごとに対応が可能であれば、代理店委託契約により取扱商品・種目・チャネル等を限定する旨の覚書を締結する。 c. 当該代理店と役割分担を明確にした協定を締結し、保険会社に承認してもらうことで取扱範囲を絞る。 d. グループ会社として別代理店を設立し、共同募集は当該会社へ移管し、当社においては不要な代理店委託契約を解約する。	比較推奨販売を行う乗合代理店においては、保険会社から委託を受け、実際に取り扱うことが可能な保険契約の中に、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在する場合には、これらを前提として、顧客の意向に沿って適切に保険契約を選別し、提示・推奨を行う必要があります。 したがって、代理店委託契約上取り扱うことが可能な保険契約については、共同募集において自社が事務のみを担うことや、単独募集で取り扱う方針がないことを理由に、直ちに比較推奨販売の対象外とすることは適切とはいえません。 一方で、保険会社との代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、取扱商品・種目等が明確に限定され、当該代理店が実際に取り扱うことができない保険契約については、比較推奨販売の対象とはなりません。 ただし、比較推奨販売規制を潜脱し、又は顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害する目的・態様で行われる場合には問題となります。
105.	―	2以上の保険代理店間で共同募集を行う場合、それぞれの委託元保険会社が異なるケースでは、いずれとも委託契約がある保険会社のみを比較推奨する必要があるため、提案する保険会社を絞り込めるとの理解でよいか。	共同募集の場合であっても、比較推奨販売に係る規定の適用は、各保険募集人の顧客の意向形成への関与の度合い、顧客への説明・提案の実態等を踏まえて個別具体的かつ実質的に判断されます。 比較推奨販売を行う乗合代理店において、自ら取り扱う「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在する場合には、これらを前提として、顧客の意向に沿った適切な選別・提案を行う必要があります。 したがって、共同募集に関与する他の保険代理店が取り扱って

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			いないことのみを理由に、当該保険契約を比較推奨の対象外とすることは、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するため、適切とはいえません。 　また、共同募集の枠組みを用いて比較推奨販売に係る規制を潜脱し得る運用を行うことは、問題となり得ます。
106.	ー	乗合代理店であるが、共同募集している非幹事代理店が専属代理店の場合に、幹事代理店である当社には権限明示で取扱保険会社等についてどこまで求められるのか。 　また、商工3団体会員向け契約の共同募集の場合は、当社が幹事代理店であるが、非幹事代理店の取引保険会社等の内容をどこまで顧客に伝えることが求められるのか。	共同募集であっても、保険募集を行う各保険代理店は、それぞれ保険業法第294条第3項に基づき、あらかじめ所属保険会社等の商号等を顧客に明らかにする必要があります。これは、非幹事代理店が専属代理店である場合も同様です。幹事代理店であることのみをもって、非幹事代理店が行うべき権限明示まで当然に代替できるものではありません。 　また、共同募集により取り扱う保険契約の範囲については、各代理店の顧客の意向形成への関与の度合い、顧客への説明・提案の実態等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断する必要があります。 　貴見の想定している場面が必ずしも明確ではありませんが、共同募集の実態や役割分担に応じ、顧客に誤認を与えない方法で、各代理店の役割分担を分かりやすく説明することが重要と考えます。
107.	ー	自動車保険継続時は、顧客が現在加入中の保険契約(保険会社)で継続希望した場合も他の取扱い保険契約(保険会社)の案内を行う必要があるとすると、顧客の負担になるため柔軟な対応の運用が望ましいと考える。本件に関する正しい対応方法について見解をご教示いただきたい。	既契約の満期到来時においても、保険募集人は、顧客が適切な理解に基づき、自主的に既契約の継続の要否や内容を判断できるよう、顧客のリスク特性や意向が変化している可能性にも留意しつつ、既契約の内容・特性等に応じて、顧客の意向を適切に把握し、当該意向に沿った提案・説明を行う必要があります。 　また、既契約の満期が到来する場合において、顧客から具体的な意向が示されていない中、乗合代理店が行う案内(保険募集)が既
108.	ー	継続手続きの場合に顧客から「前回と同じ保険会社で良い」との申出があった場合(前回契約時は保険業法施行規	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		則第227条の2第3項第4号ハによる代理店独自の推奨理由により商品推奨)は、この点を顧客意向と捉えて取扱い他社損保との商品比較は不要として良いのか。	契約と同条件又は同等の補償条件であることのみをもって、当然に比較推奨販売に係る規定の適用対象外となるものではありません。保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか、保険契約を選別・提案するものであるかどうかによって個別具体的に判断される必要があります。 その上で、短期の損害保険契約については、その特性を踏まえると、当該契約の満期が到来することに伴い、乗合代理店において、既契約と同条件又は補償内容がほぼ変わらないプランの案内(保険募集)が行われたとしても、直ちに保険契約者等の保護に欠けるものとは言えず、一概に否定されるものではないと考えます。ただし、その場合であっても、他の保険契約の提案を望む顧客も存在すると考えられることから、乗合代理店として意向把握・確認義務を適切に履行するための対応として、顧客の希望に応じて他の保険契約を提案できることを明示すること、及び顧客のリスク状況や意向を適切に把握できるよう工夫して案内(保険募集)することが求められるものと考えます。 さらに、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに同号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 ただし、募集過程において、他の保険契約との比較説明を行う場合には同号イを、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険契約を選別・提案する場合には同号ロを踏まえた対応が必要
109.	―	乗合代理店の比較推奨販売における保険募集人の体制整備義務について、顧客が明確に現在契約している保険会社での継続を希望された場合、比較推奨販売は実施しなくてよいか。	
110.	―	契約の更新時における比較推奨販売について、契約時に意向確認を行っている、かつ、契約期間中に商品改定等補償や保険料に大きな変化がない状況で契約者が現在契約している保険会社にて更新を希望する場合は、比較推奨販売は不要と理解してよいか。また、その際の顧客の意向確認の証跡はどの程度残すべきか。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			となります。 　また、顧客が表明した意向、保険募集人が案内・説明した内容等については、事後的に確認・検証できるよう、適切に記録・保存することが重要です。
111.	ー	比較推奨販売の適用範囲について、既存顧客の継続手続きにおいて、顧客が同条件での継続を希望する場合は比較説明が不要と捉えているが問題ないか伺いたい。 　また、業務負担増を鑑み、継続時の比較不要ルールの明文化を検討いただきたい。	既契約の満期到来に伴う保険募集を行う場合であっても、保険募集人は、顧客が適切な理解に基づき、自主的に既契約の継続の要否や内容を判断できるよう、顧客のリスク特性や意向が変化している可能性にも留意しつつ、既契約の内容・特性等に応じて、顧客の意向を適切に把握し、当該意向に沿った提案・説明を行う必要があります。 　また、既契約の満期に伴う保険募集であることのみをもって、当然に比較推奨販売に係る規定の適用対象外となるものではありません。保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか、保険契約を選別・提案するものであるかどうかによって個別具体的に判断される必要があります。 　その上で、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに同号ロに係る対応が必要となるものではありません。 　ただし、当該判断が顧客の主体的判断に基づくものか、又は保険募集人による恣意的な誘導が行われていないかは、個別具体的に判断されます。 　また、継続手続の過程で、他の保険契約との比較説明を行う場合
112.	ー	満期を迎える契約についても、顧客意向を反映させた比較推奨販売が必要となるのか伺いたい。 　短時間で契約を終わらせたい顧客や、既契約と同じ保険契約でよいという顧客が多いと思うが、その場合は当該意向を顧客意向として、同じ保険会社を推奨しても問題ないか。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			には同号イを、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険契約を選別・提案する場合には同号ロを踏まえた対応が必要です。 上記のとおり、継続時の取扱いであっても、顧客の意向、契約内容、募集人の関与、比較・推奨の有無等を踏まえて、同号の該否について個別具体的に判断される必要があるため、既契約の満期到来に伴う保険募集に関して一律に比較推奨販売の適用対象外とする規定を設けることは適当ではないと考えます。
113.	―	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)に「保険募集の実務や募集形態等に応じて」との記載があるが、既存契約がある契約者に対する新規契約締結の際の当初意向について、既契約の保険会社の保険契約を優先するかを伺い、顧客の意向を把握することに問題はないか。 具体的には、「現在ご加入の契約と同一の商品について説明を希望されますか」のような意向の確認方法は問題ないか。	複数の保険契約を取り扱う乗合代理店は、その役割・機能に照らし、顧客のリスク特性や保険ニーズを的確に把握し、複数の保険契約の中から顧客の意向に沿って保険契約の提案・説明を行うことが求められます。 このため、顧客からあらかじめ一定の意向が示されている等の合理的な理由が存在する場合を除き、既契約者に対し、既契約とは異なる保険契約の保険募集を行う場合において、単に既契約を引き受けている保険会社であることをもって、当該保険会社の保険契約を優先的に希望するかを確認することは、意向把握・確認義務や比較推奨販売規制の趣旨・目的に照らして適切な対応とは位置付けられず、恣意的に顧客の意向を形成し、又は誘導していると評価される可能性があるものと考えられます。 なお、Ⅱ－4－2－9(5)①に規定する「保険募集の実務や募集形態等に応じて」とは、比較説明や推奨販売を行う場合において、特定の手法や運用を一律に求める趣旨ではないことを明確化したものであり、当該手法や運用については合理的に判断される必要があ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			ります。
114.	―	談合等の問題は、既存契約の不適切な維持からも生じる。顧客の最善の利益の勘案には、新規提案だけでなく、既契約(既存補償・保険料)との客観的比較分析(重複・不足の明確化)が前提となると解してよいか。これにより、証券分析機能を持たない保険代理店による不十分な比較推奨は抑制されるべきと考える。 また、新商品発売時等、前年度と比較して契約内容の前提が変化している場合には、顧客が継続の可否を判断する上で一定の確認が必要となる場面が想定される。 この点、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)における「顧客の最善の利益を勘案しつつ、適切な比較推奨販売を行う」との趣旨は、必ずしも更改契約全ての比較推奨販売を義務付けるものではなく、顧客の状況に応じた必要最低限の確認・説明(既契約内容の確認、新商品・特約の存在、保険料水準の変動等)を求めるものと理解して差し支えないか。 その際の説明の程度については、新規加入時と同一の水準で全商品の比較を行うものではなく、顧客が継続の可否を判断できる程度の情報提供で足りるとの理解で相違ないか。	既契約の満期に伴う保険募集においても、保険募集人は、顧客が適切な理解に基づき、自主的に既契約の継続の要否や内容を判断できるよう、顧客のリスク特性や意向が変化している可能性にも留意しつつ、既契約の内容・特性等に応じて、顧客の意向を適切に把握し、当該意向に沿った提案・説明を行う必要があります。 その際、既契約の保障(補償)内容や保険料水準を確認し、重複・不足、新商品・特約の有無、商品改定や保険料水準の変動等を踏まえ、必要な説明を行うことは、顧客本位の保険募集に資する取組と考えられます。 一方で、既契約の満期に伴う保険募集を行う場合においても、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか、保険契約を選別・提案するものであるかどうかによって個別具体的に判断される必要があります。 したがって、顧客の意向とは無関係に常に新規契約と同一水準で全取扱商品の比較や詳細な分析を行うことまでが一律に求められるものではなく、既契約の内容・特性等に応じて、顧客の意向を適切に把握し、既契約の内容、変更の有無・程度等を踏まえ、顧客が満期後の保険契約の内容を適切に判断できるよう、分かりやすく説明することが重要です。 加えて、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに同号ロに係る対応が必要とな

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			るものではありません。 既契約の一部変更を行う場合には、変更部分について、変更内容・程度、商品特性、顧客の理解度等を踏まえ、必要な情報提供及び意向把握・確認を適切に行う必要があります。
115.	―	新規契約時は比較説明を行うとして、更新時は顧客の要望がない限り比較説明を行わなくてもよいと考える。更新時においても比較説明が必要となると営業の負担が増え、提案の質が下がったり、ミスに繋がってしまう恐れがある。 また、各損害保険の内容が複雑であるため、ある程度の範囲で補償内容や保険料の統一も必要と考える。	貴重なご意見として承ります。 既契約の満期到来時においても、保険募集人は、顧客が適切な理解に基づき、自主的に既契約の継続の要否や内容を判断できるよう、顧客のリスク特性や意向が変化している可能性にも留意しつつ、既契約の内容・特性等に応じて、顧客の意向を適切に把握し、当該意向に沿った提案・説明を行う必要があります。 また、既契約の満期に伴う保険募集であることのみをもって、当然に比較推奨販売に係る規定の適用対象外となるものではありません。保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか、保険契約を選別・提案するものであるかどうかによって個別具体的に判断される必要があります。 なお、顧客から保険会社の変更や他の保険契約との比較を希望する申出がないことのみをもって、直ちに意向把握や比較推奨販売に係る対応が不要となるものではありません。 その上で、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに同号ロに係る対応が必要となるものではありません。
116.	―	継続契約については、顧客から既契約の保険会社の商品での継続を望まない意思表示がない限りは、既契約の保険会社の商品で継続するという運用を認めていただきたい。	
117.	―	継続契約に関して、顧客の不満が無ければそのまま同じ損害保険会社で継続出来る体制を認めて欲しい。	
118.	―	前契約において顧客が満足されている場合には、継続契約を行うことは顧客本位であると考えられるため、継続契約については顧客から損害保険会社の変更の申し出がなければ、前契約の損害保険を継続することを前提としたい。	
119.	―	乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保について、乗合代理店が新規契約で複数保険会社の見積もり提示をすることは理解できるが、継続契約にて複数保険会社を	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		提示することは実務上時間や手間がかかりすぎて難しいと考える。 顧客より、他保険会社と比較がしたいとの申し出があれば比較するが、更新時において乗合代理店から毎回比較を行うことは難しいと考える。	ただし、当該判断が顧客の主体的判断に基づくものか、又は保険募集人による恣意的な誘導が行われていないかは、個別具体的に判断されます。 また、継続手続の過程で、他の保険契約との比較説明を行う場合には同号イを、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険契約を選別・提案する場合には同号ロを踏まえた対応が必要です。 このほか、損害保険商品の補償内容や保険料については、顧客の多様なリスクやニーズに応じた選択肢が提供されることが重要であり、各損害保険会社において、顧客に分かりやすい商品設計や情報提供、保険募集人への教育・管理・指導が行われることが重要です。
120.	―	保険代理店において新規契約と継続契約の取扱いがあるが、継続契約の場合は前年と同様の保険会社も意向となるか。	
121.	―	乗合代理店が保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロにより比較推奨販売を行う場合、対象となるのは新規保険契約であり、更新契約は比較推奨販売を行う必要がないとの理解でよいか。 更新契約についても全件比較推奨販売を行うことは乗合代理店実務上多大な負担となることが想定される。	
122.	―	当社には保険ショップ、企業職域等様々な部署があるが、例えば、保険ショップは当社が取扱い可能な全商品を対象に比較説明する一方で、企業職域はその企業に団体制度として認められている保険契約の範囲内で比較説明するなど、部門ごとに取扱い保険会社を限定するような運用は可能か。	乗合代理店において、比較推奨販売の対象となる「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 したがって、取り扱い保険契約の範囲を限定する場合には、所属保険会社等との間で、その具体的範囲や取扱いについて、当該委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化されているときは、当該委託契約等で定められた保険募集の場面において、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない当該保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 なお、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、顧客に対して特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該限定を行う場合には、取扱保険会社・保険契約の範囲等について、誤認を与えないよう適切に説明する必要があります。
123.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロについて、保険契約の中には団体扱自動車保険など、集金事務委託契約を保険会社と団体が締結することで、給与天引きが可能になるなど、契約者メリットが発生する保険契約がある。 例えば、乗合代理店において、複数の保険会社の取り扱いがあるものの、団体が集金事務委託契約を締結している保険会社が1社である場合の保険募集について、団体扱契約の保険契約者が給与天引きなどの利便性を希望する意向が確認できる場合、当該保険会社1社のみを推奨することは問題ないか。 監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)の「乗合代理店が二以上の比較可能な同種の保険契約の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、一又は二以上の保険契約を提示・推奨する場合には、当該提示・推奨する保険契約の概要及び顧客の求めに応じて契約内容並びに当該提示・推奨する	団体扱契約についても、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロの適用対象となるか否かについては、当該契約以外に「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当する保険契約があるかどうかを、顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、保険契約の対象リスク、給付・保障(補償)内容、契約の特性・類型等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断されるべきものです。 その上で、顧客が給与天引き等の利便性を希望する旨を表明した場合であっても、その意思表示のみをもって選別の理由とするのではなく、当該顧客が表明する他の意向にも照らしつつ、個別具体的に判断される必要があります。 なお、保険募集人が、あらかじめ特定の保険契約の選別・推奨を前提として、当該保険契約に適合するように顧客の意向を形成し、又は恣意的に誘導する行為は、比較推奨販売規制の潜脱に該当し得ることに留意が必要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		基準や理由等を説明しているか」を踏まえると、法令に反しない限りにおいて、乗合代理店が顧客に対して、信義則に則って対応する場合には、団体が集金事務委託契約を締結している保険会社を推奨することについて問題はないと考えるが如何か。	
124.	―	特定の企業Aとは、B損害保険会社との団体扱契約に係る集金事務委託契約に基づく給与天引があるため、B損害保険会社の保険契約のみを推奨し販売している。 保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが廃止され、顧客の意向を確認した上で、複数の保険契約を比較することが必須となった場合、分割払割増付加など保険料面で顧客に不利となるB損害保険会社以外の保険契約も推奨しなければならないと理解している。 このような保険募集は顧客及び乗合代理店双方にとって非合理的と考えるが如何か。	
125.	第227条の2第3項第4号	保険業法第294条(情報提供義務)及び第294条の2(意向把握義務)の規定は、保険契約の締結、保険募集及び加入勧奨の場面において適用され、情報提供・意向把握を行う対象は保険契約者及び被保険者と理解している。 よって、保険募集人は団体保険の場合であっても、被保険者に対して情報提供・意向把握を行う必要があると認識している。 加えて、団体と加入者が密接な関係を有するケース(適用除外)と関係を有さないケース(適用)があると認識しており、適用団体保険(例：その他団体)の加入勧奨について	団体保険の保険募集を行う場合においても、顧客の意向を適切に把握し、これに沿った提案・説明を行うことが重要です。また、その際には、保険契約者等の保護の観点から、必要な情報提供が行われることが重要であり、保険業法第294条1項が適用除外となる場合を除き、団体保険の取扱保険募集人に対しては、同法施行規則第227条の2第3項本文において、保険契約者及び被保険者に対し必要な情報提供を行うことが定められているとともに、取扱保険募集人が乗合代理店であり、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から選別・提案を行う場合には、同法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)の規定に係る対応が必要となります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		は、適用団体保険の引受保険会社・取扱保険募集人は団体保険以外の一般の契約と同様、上記対象条文・監督指針に沿った対応・措置が求められ、自ら情報提供義務、意向把握義務を履行するとともに、これらの義務を適切に果たすための体制整備が必要となると理解している。 この場合、乗合代理店が求められる意向把握・比較推奨は、保険契約者のみならず、加入者に対しても果たす必要があると考えるが、その理解で相違ないか。 監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)の「乗合代理店が二以上の比較可能な同種の保険契約の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、一又は二以上の保険契約を提示・推奨する場合には、当該提示・推奨する保険契約の概要及び顧客の求めに応じて契約内容並びに当該提示・推奨する基準や理由等を説明しているか」を踏まえると、法令に反しない限りにおいて、乗合代理店が顧客に対して、信義則に則って対応する場合には、団体保険の募集について、推奨方針を変更することは問題ないと考えるが如何か。	なお、貴見にある「推奨方針」の意味するところが明らかでないことから、変更の適否についてお答えすることは困難です。
126.	―	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロについて、希望する保障(補償)内容等を聴取した上で、顧客が勤める企業の福利厚生制度の一種である団体保険又は団体扱保険を提案することは、顧客の意向に沿った募集であるという理解でよいか。 その際、募集を行う乗合代理店では他の保険会社も乗り合っており、かつ、団体扱が可能な商品がある場合であっても、当該勤務先の福利厚生制度に掲載されていることを	保険募集人が顧客の意向を把握し、これに沿った保険募集を行うことは、意向把握・確認義務及び情報提供義務において求められる対応となります。 また、ある保険契約が比較推奨販売の対象となる「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当するかどうかについては、顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、保険契約の対象リスク、給付・保障(補償)内容、保険契約の特性・類型等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断されることとなります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		推奨理由として保険契約を選定してよいか。 　また、上記が推奨理由になると判断できる場合、「福利厚生制度に掲載されている」とされる基準はどの程度の対応か。 　「当該企業の人事イントラページに団体扱の制度概要が掲載されている」という状態をもって「福利厚生制度に掲載されている」と考えてよいか。	その上で、契約主体ではない団体であったとしても、それが企業や官公庁であり、その従業員の福利厚生のために、団体扱・集団扱契約を制度商品として選定し、その利点とともに、当該団体専用の保険契約として、従業員に適切に認識される態様で提供される場合には、当該契約は団体の都合ではなく団体の構成員の利益のための仕組みとして位置付けられるものと考えられます。 　この場合には、当該団体により選定されたという事情を「二以上の比較可能な同種の保険契約」の範囲を判断するに当たっての主な考慮要素とすることは、一概に否定されるものではないと考えます。 　一方で、「比較可能な同種の保険契約」が複数存在し、その中から保険契約を選別し、提示・推奨する場合には、貴見のいう「勤務先の福利厚生制度に掲載されている」といった単一の事情のみを勘案するのではなく、顧客の意向や保険契約の内容等を踏まえ、個々の顧客に応じた適切な提案が行われることが重要であり、その選別理由についても、個別具体的に判断される必要があります。
127.	―	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①において、団体割引、火災保険における債務者集団割引、住宅購入者割引等の有無(割引適用のメリット)を、保険契約を選ぶ際の判断基準や選定理由として含めることに問題はないか。	保険募集人が保険契約の選別・推奨を行うに当たっては、保険料の多寡のみならず、商品特性その他の要素を含め、顧客が重視する事項に照らして総合的に判断する必要があります。 　したがって、単に団体割引や各種割引の有無といった保険料に関する要素のみをもって、特定の保険契約を選別・推奨することが一律に適当と評価されるものではなく、保険料以外の事項についても十分に踏まえつつ、当該顧客が重視する事項と当該保険契約の内容との関係に照らし、個別具体的かつ実質的に判断される必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
128.	―	強制保険である自動車損害賠償責任保険(自動車損害賠償保障法第5条)の取扱いについて、すべての保険会社が同一の補償内容を同一の保険料にて提供しているため、保険会社間で差がない商品となっている。この場合においても、比較推奨販売を行い、乗合各社の中からどの保険会社を希望するのか顧客に選定してもらう必要があるのか。商品の特性上、特に代理店の都合による保険会社の選定が行われやすいと考えられるが、比較方法はどのようにすべきか。	自動車損害賠償責任保険は、自動車損害賠償保障法に基づき加入が義務付けられており、補償内容や保険料が法令等により定められているため、一般の任意保険のように商品内容や保険料を比較して選択する性質は限定的です。 したがって、複数の保険会社の自動車損害賠償責任保険を取り扱っている場合であっても、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロに係る対応が必要となるものではないと考えられます。 なお、顧客から保険会社の指定がある場合には、その希望を踏まえて適切に対応する必要があります。また、指定がない場合であっても、保険代理店において、複数の保険会社の自動車損害賠償責任保険の取り扱いがあるときは、これら保険会社を顧客に明示した上で、例えば、前契約の保険会社、任意保険と同一の保険会社等、顧客が希望する保険会社がないか等を確認することが重要と考えられます。 いずれにしても、顧客の最善利益を勘案せず、保険会社からの便宜供与、取引関係その他の代理店側の都合により、特定の保険会社の保険契約を恣意的に優先することは適切ではなく、保険代理店においては、顧客の希望に沿った保険契約の販売ができるよう体制を整備することが求められます。
129.	―	自動車損害賠償責任保険(自動車損害賠償保障法第5条)について、どのように保険会社の選定を行えばよいか。顧客からの指定がなければ代理店で決定して良いのか。	
130.	―	自動車損害賠償責任保険(自動車損害賠償保障法第5条)は比較推奨販売の対象に含まれるのか伺いたい。	
131.	―	自動車損害賠償責任保険(自動車損害賠償保障法第5条)の取り扱いについては、業務の効率化も踏まえ比較推奨の対象外としていただきたい。	
132.	―	修理工場などの小規模代理店では、比較推奨販売に係る体制整備が大きな負担となり、代理店契約を解消する事例が生じている。 特に地方では、小規模代理店が地域の車社会を支える重要な役割を担っており、過度な体制整備要請は、サービス網の縮小や顧客利便性の低下につながる懸念がある。	今回の法令改正及び監督指針改正は、特定の事業規模を前提とするものではなく、顧客の最善の利益を勘案しつつ、顧客の適切な商品選択の機会を確保することを目的としております。 乗合代理店においては、自らの規模や業務特性等に加えて、自らの実態(保険募集の実務や募集形態等)も踏まえつつ、適切かつ主体的に業務を遂行することができるよう実効性のある体制を整備

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		今回の制度見直しの背景となった事案は主に大規模事業者に起因するものである一方、その影響を中小規模代理店が受けることは不合理であり、代理店規模や地域性を踏まえた体制水準を再検討して提示してほしい。	することが重要であり、一律に同程度の体制整備を求めるものではありません。
133.	―	大型車(トラック・バス)ディーラー代理店においては、車両特性や法人顧客対応の複雑さから、高度な専門知識を有する人材が不可欠である一方、保険会社からの出向者引き上げや支援縮小により、教育・対応負担が急増している。 こうした中で、比較推奨販売に係る体制整備を一律に求めることは現実的ではなく、顧客利便性の観点からも、既存取引や顧客の意向を踏まえた柔軟な比較推奨の運用が認められるべきである。中小規模代理店や大型車ディーラーの実態に配慮した、現実的な運用を求めたい。	
134.	―	同一の乗合代理店であっても、営業所・拠点ごとに在籍する保険募集人の構成や経緯が異なる場合がある。例えば、特定の保険会社専属代理店出身者のみで構成される営業所については専属代理店に準じた運用とし、複数社出身者が在籍する営業所については、一定の準備期間を経た上で比較推奨販売を行うなど、営業所や店舗単位の特性に応じて、専属・乗合の区分を柔軟に使い分ける運用を認めることはできないか。	保険募集人(乗合代理店)には、法令に基づき、自らの所属保険会社等の保険商品について、顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められています。そのため保険契約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った体制整備を図ることが必要と考えます。
135.	―	比較推奨販売への対応が厳格化された場合、人員確保や社内体制整備、比較推奨を行うためのシステム導入等により、代理店の業務負荷・コスト負担が大幅に増加するおそれがある。	貴重なご意見として承ります。 なお、今般の比較推奨販売の適正化にあたっては、乗合代理店の負担等にも配慮し、一律かつ画一的な対応や、規模・業務特性等に照らして過度な実務上の負担が生じないよう、乗合代理店の募集

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		とりわけ、商品内容や保険料に大きな差がない中で、僅かな違いを詳細に説明することが、必ずしも顧客の利益につながるのか疑問があり、比較推奨の進展が価格競争を招き、代理店経営や手数料水準に悪影響を及ぼす可能性について懸念している。	実務や募集形態等を考慮したものとなるよう規定しています。 また、比較推奨販売に係る体制整備についても、顧客の最善の利益を勘案しつつ、顧客の適切な商品選択の機会を確保することを目的として、乗合代理店の規模や業務特性等を踏まえ、適切かつ主体的に業務を遂行することができるよう実効的な体制が整備されることが重要であり、一律かつ画一的な対応や過度なシステム投資を求める趣旨ではありません。
136.	―	保険会社からの出向者引き上げ等により、代理店における専門人材や教育・管理体制が十分に確保できていない中で、保険会社からは自立化のみが求められ、現場の負担が過度に増大している。 こうした状況下で、比較推奨販売に係る新たな体制整備や細かな対応を求めることは現実的ではなく、現場の実情を踏まえた、実行可能な制度設計が必要である。	
137.	―	4社の損保を取り扱う乗合代理店において、顧客の意向に沿って商品を提案する運用を行う場合、既存社員・新入社員・中途社員いずれについても、複数社商品の理解に相当の研修期間と実務経験が必要となる。特に、経験の浅いスタッフが、入社直後から偏りなく乗合各社の商品を説明することは困難であり、そのような保険募集人に対する現実的な販売方法や運用の考え方を示してほしい。	
138.	―	自動車ディーラーは、車両販売を中心に、点検・修理・保険等を含めたトータルサービスを通じて顧客の安心・安全を支えている。その中で自動車保険は重要な役割を果たす一方、比較推奨販売において過度に詳細な説明や確認を求められる場合、相当の時間と労力を要し、迅速かつ丁寧な顧客対応が困難となるおそれがある。その結果、顧客の	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		理解や納得がかえって得られなくなるのではないかとの懸念がある。	
139.	―	比較推奨販売が厳格化された場合、取扱保険会社各社のシステム・マニュアルを全店舗に導入しなければならなくなり、当社のような中小規模の代理店の人員体制において、その為の現場教育や実務面での業務負担が増えることにならないか懸念している。負担が増えて、サービスの質が落ちては本末転倒である。	
140.	―	比較推奨販売の厳格化により、体制整備や人員確保、システム対応等に係る実務負担やコストが増加するおそれがある。特に中小規模の代理店においては、その影響が相対的に大きくなることが想定されるため、代理店の実情に配慮した制度運用が必要である。	
141.	―	比較推奨販売への対応が増えることで、人員確保やシステム対応、社内体制整備等の負担やコストが拡大し、代理店経営への影響が懸念される。 加えて、簡潔な説明や代理店への一任を希望する顧客も多く、一律に比較推奨を行うことが必ずしも顧客ニーズに合致しない場合がある。 比較推奨への対応負担を背景として取扱保険会社数を減らす動きが進めば、結果として顧客の選択肢が狭まり、顧客本位に反するのではないかとの懸念や、商品差異や僅かな価格差の説明に多大な時間と労力を要する点についても課題がある。	貴重なご意見として承ります。 簡潔な説明や代理店への一任を希望する顧客に対しても、顧客が特に重視すると考えられる事項を例示するなど、可能な限り顧客の意向を把握したうえで、顧客の適切な商品選択の機会を確保することが求められます。 また、保険募集人(乗合代理店)には、法令に基づき、自らの所属保険会社等の保険商品について、顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められています。そのため保険契約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った体制整備を図ることが必要と考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
142.	―	保険自由化以降、代理店には業務負担やコスト負担が積み重なってきており、比較推奨販売への対応により、さらに負担が増大することが懸念される。比較推奨の適正化に伴い、乗合保険会社すべての商品を説明することが求められる結果、顧客への説明が長時間化し、必ずしも契約者の真のニーズに沿った改正となっているのか疑問がある。また、人員確保が困難な中で負担軽減のため取扱保険会社を一社に絞らざるを得ない代理店も想定され、その結果、契約者の選択肢が減少し、サービス低下につながるおそれがある。	
143.	―	自動車販売スタッフが主に保険募集を担う代理店においては、慢性的な人材不足の中、1社の自動車保険を理解・説明するだけでも多大な教育負担が生じているのが実態である。 こうした状況で、乗合各社の保険商品を熟知し比較推奨を行うことを求めるのは現実的ではなく、無理な対応を強いれば、現場の疲弊や説明の質の低下を招き、かえって顧客に不利益をもたらすおそれがある。	
144.	―	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止により、コンプライアンスを確保するためには、乗合代理店が実質的に専属代理店となるか、代理店事業から撤退せざるを得なくなるおそれがある。 これは、地域密着で活動してきた代理店の存続を脅かし、結果として地域における相談窓口の減少や顧客利便性の低下につながるのではないか。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		現場の実情を踏まえ、無理のない制度設計を求めたい。	
145.	第227条の2第3項第4号	損害保険会社の代理店集約方針に伴い、専属代理店から移籍してきた保険募集人の多くが、移籍後も従前どおり特定の保険会社商品のみを販売している。 比較推奨販売が必須となれば、十分な知識を有しない他社商品の説明を行うおそれがあり、それが顧客の最善の利益につながるのか疑問がある。 十分な説明が可能になるまで募集を制限することや、他の保険募集人へ取次ぐ対応には、収入や報酬体系上の制約があり実務上困難である。 こうした経緯を踏まえた配慮がなされないまま、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止や比較説明の必須化により負担が急増することについて納得できない。	
146.	―	比較推奨販売の適正化については、乗合代理店側では実務面、顧客においても商品格差も少なく、時間・心理的な負担が増加する。乗合保険会社を減らすしかなく、一方で、顧客の選択肢が減る事と整合性が取れない。既に各損害保険会社から今後の考え方(対代理店教育、管理、指導)がアナウンスされだしており、すべてを成立させる事は難度大。日本損害保険協会として取りまとめをお願いしたい。	
147.	―	比較推奨販売の体制整備や保険会社各社のシステムやマニュアルを全店舗に導入する等負担が増えるため取り扱う保険会社を減らすという代理店が増えれば、お客様の意に反して選択肢を狭めることになってしまうのではないか。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
148.	―	大型車の４社乗合代理店ですが、４社の見積りを作って出すのは業務負担が大きく、お客さんもかえって分かりにくくなってしまうのではないか。 お客さんの要望・意向は聞いた上でこちら側が見繕うかたちでいいのではないか。	
149.	―	比較推奨販売への対応負担が増加することを背景に、代理店が取り扱う保険会社数を縮小する動きが進んだ場合、結果として顧客の選択肢が狭まり、顧客利益が損なわれるおそれがあるため、制度設計および運用に当たっては、この点を十分に考慮すべきである。	
150.	―	比較推奨販売は、顧客の最善の利益を勘案した説明義務の趣旨に沿い、顧客本位の提案を実現する上で有効である一方、説明内容の記録化や書類作成・保存等により、代理店の実務負担が増加することが想定される。 今回の改正は一定の負担増を伴うものの、長期的には顧客からの信頼や満足度の向上といった効果も期待されるため、運用に当たっては、実務の実態を踏まえ、顧客・代理店双方に過度な負担が生じない柔軟で現実的な運用を願う。	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売に係る体制整備については、顧客の最善の利益を勘案しつつ、顧客の適切な商品選択の機会を確保するため、乗合代理店の規模や業務特性等に応じて、自社の募集実務や募集形態等を踏まえた適切な比較推奨販売が実施されるよう実効的な体制を整備することが重要と考えます。
151.	―	比較推奨販売に関する社内規則等は、代理店の規模や業務特性を踏まえて体制構築することが求められているが、保険代理店業務を兼業するディーラー(兼業ディーラー)において、どのような内容・水準の社内規則を想定すればよいのか、そのイメージを示してほしい。	比較推奨販売に関する社内規則等としては、乗合代理店の規模や業務特性(専業・兼業の別など)等に応じて、自社の募集実務や募集形態等を踏まえつつ、適切な比較推奨販売が実施されるよう、例えば、顧客意向の把握方法、顧客が重視する事項の確認方法、提示・推奨する基準や理由の定め方、顧客への説明方法、記録・検証方法を定めることが考えられます。 その上で、各店舗又は各保険募集人に対し教育・管理・指導を徹

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			底することが重要であると考えます。 ただ、これら事項を定めるにあたって、手数料水準、販売目標、便宜供与、保険会社との取引関係等の代理店の都合により、顧客の意向に沿わない特定の保険契約へ誘導することのないよう留意する必要があります。
152.	第227条の2第3項第4号	2016年施行の改正保険業法において導入された保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする。)が廃止され、顧客の意向に沿った保険契約の提案が義務化されると理解している。 他方、生命保険・損害保険ともに、ハ方式による保険契約の提案を行う場合であっても、顧客の意向を確認することは既に義務付けられていると理解しており、その過程を乗合代理店の態勢整備として記録することも既に求められていると認識している。 従前より意向把握のプロセスにおける証跡は必須であったという理解で相違ないか。また、その場合、今般の改正の意図を伺いたい。	ご意見のとおり、これまでも保険募集人においては、保険業法第294条の2に基づき、顧客の意向を把握し、当該意向に沿った保険契約の提案、契約内容の説明及び顧客の意向と契約内容が合致していることを確認する機会の提供が求められてきました。 また、監督指針においても、意向把握・確認が適切に行われているかを事後的に確認・検証できるよう、必要な記録・証跡等を保存する態勢整備を求めています。 今回の見直しは、こうした従前の考え方を前提としつつ、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店の都合やあらかじめ定めた推奨方針により保険契約が選別される運用ではなく、顧客の意向に沿って選別し、提示・推奨が適切に行われるよう改正するものです。 あわせて、比較推奨販売の適切性を事後的に確認・検証し、必要な改善につなげるため、記録・証跡等の保存に係る考え方を監督指針上明確化するものです。したがって、本改正は、従来の意向把握・確認義務や記録保存の考え方を変更するものではなく、比較推奨販売における顧客意向を踏まえた運用と、その実効性確保を明確化する趣旨です。
153.	―	比較推奨販売に係る記録・証跡について、具体的な内容や水準が必ずしも明確でない。	比較推奨販売に係る記録・証跡等は、顧客の意向を踏まえた比較・選別・推奨が適切に行われているかを事後的に確認・検証し、

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		実務上は顧客の意向把握の結果、推奨理由の要点、顧客への説明内容の概要等を一定の形式で記録することが求められているが、過度に詳細な記録を求めることは現場負担の増大や説明の形式化につながるおそれがある。実効性と業務効率性のバランスを踏まえ、最低限求められる記録や証跡の考え方、乗合代理店の規模・業務特性に応じた柔軟な運用の可否について考え方や着眼点を示してほしい。	必要な改善につなげるためのものです。 このため、全ての案件について詳細かつ網羅的な記録を一律に求めるものではありません。 乗合代理店においては、自社の規模・業務特性、募集形態等を踏まえ、顧客の主な意向、顧客の属性、比較・選別の対象範囲、提示・推奨の基準や理由、説明内容の概要等について、事後的に確認・検証できる合理的な水準で記録・保存することが重要です。 記録作成自体が目的化することなく、顧客本位の業務運営の実効性を確保する観点から、実務に即した効率的かつ効果的な体制整備が行われることが求められます。
154.	―	比較推奨販売等に係る証跡保存の必要性は理解しているが、顧客や現場の負担を抑えるため、契約書内で顧客の意思や説明実施の確認ができるようにするなど、証跡管理の負担を最小限にとどめるようお願いしたい。	比較推奨販売に係る記録・証跡等は、顧客の意向を踏まえた適切な募集が行われているかを事後的に確認・検証し、必要な改善につなげるためのものです。 そのため、証跡の保存方法について、特定の様式や方法を一律に求めるものではありません。契約書その他の書面又は電子的な手続の中で、顧客の主な意向、説明実施の事実、提示・推奨の基準や理由等が事後的に確認できるのであれば、そのような方法も認められるものと考えます。 乗合代理店においては、募集実態に応じて、比較推奨販売の適切性を確認・検証できる合理的な証跡管理を行うことが重要です。
155.	―	顧客意向に基づく選別の過程(プロセス)の記録及び客観的基準による絞り込みについて、保険募集人の主観や知識不足は、特定の保険会社への誘導(癒着・談合構造の温存)を招くリスクがある。監督指針Ⅱ－4－2が求める「事後的検証可能性」を、実効性をもって確保するには、定型化・標準化	比較推奨販売においては、顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨が行われることが重要です。 そのため、意向項目、商品データ、選別ロジック、選別理由、ログ等を標準化・システム化し、事後的に確認・検証可能な態勢を整

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		されたロジックによる選別と、そのログデータの保存が、大規模乗合代理店として不可欠な管理態勢(ガバナンス)であると理解してよいか。 なお、生命保険分野においては、比較推奨システムなど、複数の事業者において以下のプロセスが既に実装されている。 ・定型化・標準化された意向項目の設定 ・商品スペックデータの定期更新並びに新商品等データの追加 ・定型化・標準化されたロジックによる選別 ・選別理由の画面表示・証跡化 ・ログによるシステム的な事後検証 当該仕組みにより、保険募集人の主観や知識に依存しない選別が実現しており、監督指針が求める「客観性」及び「事後的検証可能性」を実務上確保できている。 したがって、損害保険領域においても、比較推奨の質を確保し、制度趣旨である顧客本位の業務運営及び適切な商品選択の機会の提供を、実効性をもって担保する観点からは、生命保険領域で既に検証された同様の枠組みを適用することが可能であり、またそれが顧客の最善の利益に資すると考えるが如何か。	備することは、保険募集人の主観に過度に依存しない運用を確保する上で、有効な方法の一つと考えられます。 一方で、監督指針は、特定のシステムや選別ロジックの導入を一律に求めるものではありません。各乗合代理店においては、自社の規模・業務特性、取扱商品、募集形態等を踏まえ、顧客の意向に沿った比較推奨販売が適切に行われ、その適切性を事後的に確認・検証できる実効的な態勢を整備することが求められます。 また、システムを利用する場合であっても、商品データの正確性・更新性、選別ロジックの合理性、顧客意向との整合性、特定の保険会社への不当な偏りの有無等について、継続的に確認・検証し、必要に応じて改善することが重要です。
156.	第227条の2第3項第4号	顧客の意向確認の証跡はどのように残すべきか。また、非対面募集(電話募集など)の場合は、どのような証跡が必要か。さらに、今後ガイドライン等が作成されることの必要性について見解を伺いたい。	比較推奨販売に係る記録・証跡等については、比較推奨販売の実施状況の適切性を事後的に確認・検証し、必要に応じて改善することが重要であることから、その確認・検証に資する記録や証跡等を作成・保存する体制を整備することを求めたものであり、保存内

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
157.	第227条の2第3項第4号	意向把握に係る証跡について、保存すべき具体的項目を明確にしてほしい。また、証跡は顧客の署名付き書面である必要があるのか、電子保存でもよいのかを示してほしい。	容、保存媒体、保存方法、保存期間等について、一律の方法や水準を定めるものではありません。 各乗合代理店において、自社の規模・業務特性、募集形態、取扱商品等を踏まえ、合理的かつ実効的な態勢を整備することが重要です。 保存内容については、顧客の主な意向、意向把握の方法、比較・選別の対象範囲、提示・推奨した保険契約、提示・推奨の基準や理由、顧客への説明内容の概要等を記録することが考えられます。当該募集が顧客の意向に沿って合理的に行われたかを、事後的に確認できる程度の記録・証跡が必要です。ただし、顧客との全ての発言、応答、反応や、乗合代理店の詳細な判断過程を網羅的に記録することを一律に求めるものではありませんが、顧客の意向が変化した場合など、最終的な提示・推奨又は申込内容との関係を説明する上で重要な事情は、必要な範囲で記録することが望ましいと考えます。 保存媒体・保存形式については、紙媒体に限りません。電子データ、システム入力記録、音声データ、録画データ等を用いることも考えられます。また、顧客の署名・押印付き書面を一律に求めるものではありません。事後的に客観的な確認・検証が可能な方法で保存されていれば足りるものと考えます。 保存方法については、比較説明時に使用したパンフレット、見積書、チェックリスト、意向確認シート、推奨判断結果シート等を保存する方法も考えられます。その上で、比較ポイントや提示・推奨理由を要約して記録する方法も、事後検証が可能であれば差し支えありません。また、記録システム等におけるプルダウン方式によ
158.	第227条の2第3項第4号	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)②ウ.について、比較推奨販売に係る記録・証跡は具体的にどの程度の内容を記録・保存すべきか具体的に伺いたい。	
159.	第227条の2第3項第4号	顧客の意向を丁寧に確認した証跡を求めるとあるが、証跡として残すべき項目を具体的に伺いたい。	
160.	第227条の2第3項第4号	顧客の意向確認を行うことには賛成だが、どこまでエビデンス(保存期間、媒体(紙or電子等))を残すべきであるか伺いたい。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			る記録も活用し得ます。ただし、選択肢のみでは顧客意向や推奨理由との関係を十分に確認できない場合には、必要に応じて補足記録を行うことが重要です。 保存期間については、法令等に特段の定めがある場合を除き、一律の期間を求めるものではありません。各乗合代理店において、契約の性質、保険期間、募集形態、苦情・紛争対応、顧客保護、個人情報保護、事後検証の必要性等を踏まえ、合理的な保存期間を社内規則等で定め、適切に運用することが重要です。 非対面募集についても、募集実態に応じた合理的な方法で記録・保存することが重要です。例えば、通話記録、システム入力記録、電子的な意向確認結果等により、顧客の意向確認や説明内容を事後的に確認できる態勢を整備することが考えられます。 確認・検証方法については、全件確認を一律に求めるものではありません。乗合代理店の規模・業務特性、募集形態、苦情・不祥事の発生状況、特定の保険会社又は特定の保険契約への偏り、保険募集人・拠点ごとの傾向等を踏まえる必要があると考えます。その上で、サンプリングや重点確認を含むリスクベースの方法により、効率的かつ実効的に確認・検証することが考えられます。確認・検証の結果、課題が認められた場合には、保険募集人への教育・管理・指導、社内規則や記録方法の見直し等、必要な業務改善につなげることが求められます。 なお、意向把握・確認義務に係る体制整備については、Ⅱ－4－2－2(3)④や上記の考え方を踏まえ、自社の規模・業務特性等に応じ、合理的かつ実効的な態勢を整備することが重要です。 金融庁として、比較推奨販売に係る記録や証跡等の保存につい

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			て、一律の記録フォーマット、記載項目、保存媒体、保存期間又は確認・検証方法を定めるものではありません。各乗合代理店においては、形式的な記録作成に偏らず、実効的な記録・検証態勢を整備することが重要であり、顧客本位の業務運営が実質的に確保されることが重要と考えます。
161.	第227条の2第3項第4号	比較推奨販売の適切性確認検証のための記録や証跡の保存期間は社内規則で自由に定めてよいか。	比較推奨販売に係る記録・証跡等の保存期間については、法令等で特段の定めがある場合を除き、一律の期間を求めるものではありません。 各乗合代理店において、自社の規模・業務特性、募集形態等を踏まえ、比較推奨販売の適切性を事後的に確認・検証し、必要な改善につなげることが可能となる合理的な保存期間を社内規則等で定め、それに従って適切に運用することが重要です。
162.	第227条の2第3項第4号	比較推奨販売に係る証跡の保存期間は「証跡等の保存に当たっては、顧客保護等(Ⅱ－4－4)の規定も踏まえつつ、顧客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確認・検証できるものであること」とあるため、保険期間中を保存することで考えているが、別途定めはあるか。	
163.	第227条の2第3項第4号	比較推奨販売における保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロへの移行(同号ハの廃止)について、令和8年6月頃を目途とする時期が示されているが、具体的な移行時期の周知方法や、移行までの間に一定の猶予期間が設けられるのかを確認したい。	今回の改正案の施行期間については、乗合代理店の実務や経営に与える影響等も考慮し、社内規程の改正や業務フローの整備、システム対応、募集人教育等の体制整備に要する期間として、円滑な対応が可能となるよう適当と考えられる期間を設定しています。
164.	第227条の2第3項第4号	比較推奨販売に関する監督指針の具体的内容が確定した後、少なくとも半年程度の準備期間が必要と考えているが、改正内容の実施までにどの程度の準備期間が想定されているのかを確認したい。	
165.	第227条の2第3項第4号	比較推奨販売への対応に当たり、取扱保険会社の見直しや顧客への周知、既存契約の移管対応等に相応の準備期間	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		が必要となる。 　令和8年6月1日の施行日から実務運用開始まで、体制整備・実務準備を考慮した猶予期間について、基本的な考え方を明確に示してほしい。	
166.	第227条の2第3項第4号	推奨販売見直しの施行・適用に向けて、乗合代理店では意向把握ツールの導入や比較推奨に関するシステム対応を検討しているが、意向把握の具体的な対応方法や、システム対応が必須となる時期が現時点では不明確である。 　十分な準備期間(リードタイム)が確保されるのか懸念しており、施行時期および施行後に設けられる猶予期間について考え方を確認したい。	
167.	第227条の2第3項第4号	比較推奨販売の適正化を施行するに当たり、事業者が円滑に対応できるよう、十分な準備期間を設定してほしい。	
168.	第227条の2第3項第4号	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)において、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが廃止されることで、代理店の業務負担が一層増大することが見込まれるため、改正監督指針の施行開始に当たっては十分な猶予期間を設けるべきである。	
169.	第227条の2第3項第4号	改正の趣旨には賛同するが、体制整備、システム改修、社内規程や書類の見直し、研修の実施など実務上の対応は多岐にわたり、複数部門にまたがるため相応の準備期間が必要である。 　短期間での対応は現場や顧客対応に混乱を招くおそれがあることから、施行に当たっては十分な経過措置期間を設	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		けてほしい。	
170.	第227条の2第3項第4号	複数の保険会社の商品について、比較推奨販売を行うには人材確保や従業員教育、社内マニュアルの見直し・整備、システムの開発・導入など、多大な工数・費用負担が生じるため、監督指針の適用開始に当たっては1年程度の猶予期間を設けてほしい。	
171.	第227条の2第3項第4号	改正案の施行により、特にWEB完結型募集を行う乗合代理店では、UI／UX設計、意向把握・確認、記録・証跡管理等について大規模なシステム改修や業務フロー見直しが必要となり、時間・コストの負担が大きい。 改正の趣旨は理解し対応する意向はあるが、円滑な移行のため、公布から施行までに十分な準備期間(例：1年程度)の猶予を設けてほしい。	
172.	第227条の2第3項第4号	比較推奨販売規制に関する改正規則・監督指針の施行日について確認したい。昨年成立した改正法と同時施行となった場合、システム対応を含む体制整備が困難であるため、少なくともパブリックコメント結果公表後1年程度の猶予期間が設けられるとの理解でよいか。	
173.	第227条の2第3項第4号	従来は専属代理店として活動していた保険募集人が、他社商品について十分に習熟し、顧客に適切な説明を行えるようになるには相応の時間を要する。このため、施行に当たっては、少なくとも1年間程度の準備期間を確保してほしい。	
174.	第227条の2第3項	比較推奨販売の施行に当たっては、システム対応や人材	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
	第4号	育成等に時間を要するため、可能な限り長い準備期間を設け、少なくとも1年以上の猶予期間を確保してほしい。	
175.	第227条の2第3項第4号	比較推奨販売に係る施行規則及び監督指針の施行については、当該施行規則及び監督指針に関するパブリックコメントの結果公表後1年程度の猶予をいただけるという理解でよいか。 今般の改正は、乗合代理店のビジネスモデルに多大な影響を与える改正であり、当該結果を詳細に検討し、必要に応じて弁護士相談等も行った上で、システム対応も含めた各種体制整備を行う必要があるため、相応の準備時間が必要である。 なお、2016年の業法改正時はパブリックコメントの結果公表後1年程度の猶予期間があったため今回も同程度の猶予期間をご考慮いただきたい。	
176.	第227条の2第3項第4号	乗合代理店における比較推奨販売の適正化について、パブリックコメント結果の確認、新ルール策定、社内規程・帳票・システムの改定など検討・対応事項が多岐にわたるため、施行までに十分な準備期間を設け、早くとも2027年4月1日以降の施行としてほしい。	
177.	第227条の2第3項第4号	比較推奨販売(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止等)が施行される場合には、募集人教育や体制整備に相応の時間を要するため、十分な準備期間を設けた上で、2026年10月以降の施行とすることを希望する。	
178.	第227条の2第3項	比較推奨販売の適正化は必要と認識しているものの、代	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
	第4号	理店の規模はさまざまであり、今回の改正案は業務量や経営への影響が大きいため、段階的な改正とすることを希望する。	
179.	第227条の2第3項第4号	当社(自動車販売店)においては、損害保険4社を取り扱い、現状は店舗ごとに推奨損保を定めて販売している。 取扱損保の中から顧客に合った商品を比較説明し販売することは、顧客の最善利益という点でもちろん必要なことだと思うが、ハ方式が廃止されると、4社すべての商品について比較説明や見積作成が必要となり、保険募集人・顧客双方の負担が大きくなると懸念している。 比較推奨販売自体は顧客の最善の利益の観点から理解するものの、保険募集人が全商品に習熟し適切に提案できる体制を整えるには相当の期間(約3年)が必要であるため、実施に当たっては十分な猶予期間を設けてほしい。	
180.	第227条の2第3項第4号	当社(自動車販売店)においては、損害保険4社を取り扱い、現状は店舗ごとに推奨保険会社を選定して販売している。比較推奨販売は顧客の最善の利益の観点から理解できるものの、全保険募集人が4社の商品に習熟し適切に比較・説明できる体制を整えるには相当の期間(約3年)が必要であるため、比較推奨販売の実施に当たっては十分な猶予期間を設けてほしい。	
181.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ廃止に向け、システムの導入を検討しているが、コストがかかり過ぎる。 損保協会の自己点検内容に基づき対応を進めているが、今後のメンテナンスを含め相当量の業務負荷が発生してい	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		る。 体制整備を進める上で専門知識を有した人材が不足しており、人材会社へ相談したが、そもそも該当人材自体が不足している状況である。 取扱保険会社を減らす場合、当社の取扱いではなくなってしまい、既存のご契約者さまにもご迷惑をお掛けすることとなるため、安易に判断できない状況である。 また、対応を進めていく中で、改めて自動車保険は商品内容や保険料に大きな差がなく、時間をかけて顧客にご説明することにどこまで意味があるのか、また顧客が本当に望まれているのか疑問に感じており、意向が明確ではない顧客にとっては、かえって分かりにくくなるのではないかと懸念している。 求められている内容については理解しているが、全体として準備期間が不足しており、本部保険部門はパンク状態である。	
182.	ー	システム改修や教育体制の再構築には長期間を要するため、比較推奨販売規制の施行時期および猶予期間を延長し、最長で2029年3月末までとすることを希望する。 また、商品内容が類似しており比較説明が形骸化しやすい現状を踏まえ、保険会社各社に対して商品設計の差別化を促すことを求める。	貴重なご意見として承ります。 今回の改正案の施行期間については、乗合代理店の実務や経営に与える影響等も考慮し、社内規程の改正や業務フローの整備、システム対応、募集人教育等の体制整備に要する期間として、円滑な対応が可能となるよう適当と考えられる期間を設定しています。
183.	ー	改正後の保険販売に係る監査について、基本的な監査項目は業界共通の項目として整理してほしい。 また、改正案が施行された後、代理店内部での展開や準備	保険会社が乗合代理店に対して実施する監査の具体的な監査項目については、法令等において、一律に定める性格のものではないと考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		を十分に行えるよう、運用開始までに一定の準備期間を確保してほしい。	なお、改正案に係る施行期間については、No.163～181を参照願います。
184.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする。)が廃止された場合、現行の募集・管理実務との乖離が生じ、特に乗合代理店においては、実務運用上、いくつかの不具合が発生するおそれがあると考える。 乗合代理店では、お客様に対して適切な意向確認を行った結果、複数の保険会社による保険料や補償内容の比較を求められるケースが想定される。その際、保険募集人が各保険会社の商品内容や保険料体系について十分な理解を有していなければ、見積作成や説明に相当の時間を要することとなり、迅速かつ円滑な顧客対応に支障を来すおそれがある。 特に、ハ方式廃止後の新たな運用に関する十分な教育・研修が行われないまま比較説明を求められる状況となった場合、保険募集人が理解や経験の深い特定の保険会社の商品に説明や提案が偏る可能性が否定できない。その結果、代理店全体としての取扱保険会社の構成比率、いわゆる損保割合に偏りが生じることも懸念される。 このような状況は、必ずしもお客様の最善の利益に資するものとは言えず、制度改正の趣旨とは異なる結果を招くおそれがあると考える。また、現行の業務フローや社内規程、システムがハ方式を前提として構築されている代理店においては、短期間での見直しが求められることにより、事務負担や対応コストの増加が生じる点についても留意が必	貴重なご意見として承ります。 なお、保険代理店は、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止にかかわらず、保険募集を受託する所属保険会社等の保険商品を十分に理解した上で、顧客に対して、適切に保険募集を行う必要があります。 このため、貴見にある、保険募集人が各保険会社の商品内容や保険料体系について十分な理解を有していない、という状況は、保険契約者等の保護の観点から不適切な状況と考えます。 今回の監督指針改正は、こうした法令上の基本的な考え方を踏まえ、乗合代理店における比較推奨販売について、顧客の意向に基づく適切な募集が行われるよう、その在り方を整理・明確化したものです。 保険代理店においては、改正の趣旨を踏まえ、受託する所属保険会社等の保険商品について、顧客が理解できるよう、適切に説明できる体制を整備するなど、公正な保険募集に努める必要があります。 なお、改正案に係る施行期間については、No.163～181を参照願います。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		要である。 以上を踏まえ、ハ方式の廃止に当たっては、十分な経過措置の設定、実務に即した具体的な代替運用の明確化、並びに乗合代理店における教育・研修体制の整備や周知支援を併せて実施いただくことを要望する。	
185.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの少なくとも1年半以上(各社の26年度代理店手数料ポイント適用期間が終了するまで、若しくは下記提案の代理店手数料ポイント評価制度が適用されるまで)の暫定的な運用の許容を提案する。 更には、監督指針II－4－2－14 代理店手数料の算出方法において、損害保険会社による評価項目として、「規模・増収率」の排除、もしくは、代理店手数料の算出方法において、「規模・増収率」が代理店手数料算出基準の一定割合以下(未だに規模・増収率に対する評価基準が5割以上の損害保険会社が存在しているため、例えば3割以下、若しくは特定の損害保険会社に対する保険契約規模・増収率によらない等)とすべきである。 保険会社は、各社の保険商品の特性や補償範囲の組み合わせ、保険料等により保険募集を行っているのであり、乗合代理店に対する手数料は規模・増収率、シェアではなく、共通の代理店品質評価基準(日本損害保険協会)によって評価されたポイントに則って手数料を定めるべきであり、保険会社各社の都合によるポイント制度により保険代理店の手数料率が変動するべきではないと考える。	貴重なご意見として承ります。 今般の改正の趣旨は、保険業法に基づく意向把握を前提として、顧客の意向等に照らし、顧客による適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 施行時期や実務対応については、保険代理店における社内規程、教育、システム、記録・検証態勢等の整備に要する期間や実務負担にも留意する必要があると考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		現状の改正案のまま施行した場合、多くの乗合代理店は保険商品毎の乗合の解消、もしくは専属代理店への移行に繋がり、結果的に顧客の選択の機会の減少となり、顧客本位ではない改正になりかねないと考える。	
186.	ー	代理店手数料ポイントを形成する項目の「規模・増収」を完全に排除、もしくは「乗合保険会社全社集計での規模・増収」にすることが望ましい。 各保険会社毎の規模・増収の場合、引き続き手数料ポイント(代理店手数料)を稼ぐ為に、各保険会社の前年実績を考慮し、意向が曖昧なお客様への保険提案が、代理店にとってメリット(代理店手数料額が高いなど)のある保険会社を提案される可能性が高くなる。(本来、同じような保険料水準で補償が手厚いにもかかわらず、実績が不足している保険会社を提案してしまうリスクがある。) 「規模・増収」の完全排除が理想であるが、どうしても残すのであれば、乗合保険会社全社集計での規模・増収に変更することで上記のリスクを限りなく最小化出来ると考える。	貴重なご意見として承ります。
187.	ー	比較推奨の推進に伴う「商品偏り」は不可避であることを前提に、手数料制度を抜本的に見直す(出来高・前年対比・規模連動の廃止)必要があると考える。 比較推奨販売を推進すれば、商品改定等により、保険会社商品の優劣(保険料水準、引受条件、補償範囲、特約設計、支払実務等)が変動し、代理店における推奨が特定の保険会社に偏る局面は避けられない。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		さらに、その偏りは市場・商品改定の状況に応じて数年単位で回転することが予想される。 この状況下で、代理店手数料が「売上高」、「前年対比」、「規模・増収」等と連動する仕組みを残すことは、比較推奨販売の趣旨に反し、顧客利益と相反する誘因を温存することになる。 代理店が顧客利益を優先して推奨すると、結果的に特定の保険会社へ偏る局面が生じ得るにもかかわらず、手数料制度がそれを不利益として扱うなら、現場には“制度に逆らえない”圧力が生じる。 ついては、以下を強く要望する。 ・ 代理店手数料について、売上・前年対比・規模等に連動する評価・ポイント制度を一切廃止し、顧客本位の推奨を阻害するインセンティブを排除すること ・ 規模により、同一の顧客・同一の補償に対して代理店に支払われる報酬に差が生じる仕組みは不公平であり、顧客から見ても説明困難であるため、是正すること ・ 当該仕組みが、保険会社誘導による代理店統合・合併を推し進めてきた一因となっている点を踏まえ、公正な競争環境の観点からも抜本的に見直すこと	
188.	―	比較推奨販売について、保険会社の代理店手数料ポイントが代理店の適正な比較推奨販売を阻害している。 また、保険会社は代理店手数料ポイントで代理店の囲い込みを狙っていることも事実であり、保険会社の代理店手数料ポイントは不公正な要素が多くあり、その存在自体が	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		諸悪の根源となっているケースが多い。 　代理店の募集品質が高く、適切な比較推奨販売を実施できるが、保険会社の手数料ポイントが低ければ、比較する上で推奨商品の選択に迷いが出るのが通常である。 　顧客本位を選択した結果　代理店の収益が2割も3割も減るとすれば、経営者としては、このような行為に他の意味合いを見出さなければならない。 　このまま施行した場合、募集品質の低下にも繋がり得ると考えるが、それでも無理に施行する意味はあるのか。 　保険会社の代理店手数料ポイント制度の改廃、業界統一の代理店品質評価等を設けた上で比較推奨販売が施行されることを希望する。 　損保有識者会議から既に長い年月が経過しており、保険会社は2026年度代理店手数料体系、2027年度代理店手数料体系を個社理論で構築している。 　金融庁は代理店手数料は民民の問題で不介入とせず、早期に適正な比較推奨が行われるよう保険会社を指導いただきたい。	
189.	第227条の2第3項第4号	監督指針における「比較推奨を行う場合の留意事項」について、改正案が示す顧客本位の比較推奨販売という基本的な方向性には、賛同する。 　もっとも、比較対象となる商品の間で手数料(以下、手数料ポイントを含む。)水準に著しい乖離がある場合、比較推奨の中立性・適切性が構造的に損なわれるリスクが高まる点については、損害保険代理店の実務に即したより明確な	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		位置づけが必要と考える。 ここでいう「著しい乖離」とは、同種・同水準の商品間において、当該差異が代理店の説明配分や提案プロセスに実質的に影響を与え得る程度の差を指す(定量基準の画一設定を求める趣旨ではない。)。 本意見は、手数料乖離の存在のみをもって直ちに違法・不適切と断定する趣旨ではない。 他方、生命保険分野では、過去に公平・中立を標榜しながら、顧客意向に即さず高い手数料の商品が販売された事実が公的資料・報道で確認されており、手数料乖離が販売実務に深刻な影響を及ぼし得ることは抽象的懸念にとどまらない。 1.乗合代理店における複数社比較の実務について 乗合代理店では、複数社の商品を取り扱い、顧客意向に応じて比較・説明を日常的に行う。 もっとも、商品設計、特約構成、引受条件、事故対応体制、システム等は必ずしも共通化されておらず、実務上は一定の整理・抽象化を前提に比較説明せざるを得ない。 こうした環境下で手数料に著しい乖離が存在すると、説明の厚み(深み)や資料の粒度、比較軸の設定が無意識のうちに手数料の高い保険会社の商品に寄りやすく、外形上は比較しているように見えながら実質的中立性が損なわれ得る構造的リスクが生じる。 2.比較推奨に内在する構造的リスク 手数料の大きな乖離がある場合に顕在化しやすいリスク	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		は、主に次の3点である。 ・ 説明内容・説明量の偏在(説明の厚みが高手数料側に厚く、低手数料側に薄くなる。) ・ 比較観点・比較軸の選択による結論の偏向(どの観点を主軸に置くかで評価が反転) ・ 推奨理由の構成・提示順序による印象誘導(名目上は複数提案、実質は単一誘導) これらは個々の担当者の善意・努力の問題ではなく、収益構造が意思決定に影響し得る制度的・構造的問題である。 実務上の恒常的バイア スとして現れるがゆえに、顧客本位の業務運営の実効性を阻害する。 3.制度的認識の明確化と実務への配慮(監督指針の言語との整合) 改正案は、顧客本位の業務運営の実効性確保や、保険会社の代理店への過度な便宜供与・手数料の影響といった論点を正面から扱い、比較推奨の中立性確保を明確に志向している。 したがって、「比較推奨を行う場合の留意事項」において、比較対象商品間に著しい代理店手数料乖離が存在する場合には、比較推奨の中立性・適切性が損なわれ得る構造リスクがあることを制度上明示しており、改正案の趣旨と整合する。 また、こうした明示は、便宜供与・手数料に起因する偏りを抑止しようとする最近の監督指針改正の方向性にも親和	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		的である。 　その際に重要なのは、画一的・過度な形式対応を求めないことである。 　すなわち、代理店の規模、業態、取扱保険会社数等の実務実態を踏まえ、合理的かつ実効的な運用が可能となるよう、留意事項の書きぶりを整えることが望ましい。 　これにより、監督指針の実効性を高める観点からも、顧客の最善の利益の確保と代理店実務の持続可能性の両立を図ることができ、比較推奨制度に対する顧客の信頼の向上にも資する。	
190.	ー	顧客が損害保険会社の選択を行う前提となる中で、代理店が特定の損害保険会社に誘導してしまうリスクがあると考えられるため、契約数や保険料に応じた加重方式のポイント体系は見直すべきと考える。	
191.	ー	生命保険の乗合代理店における比較推奨販売が歪められる1つの要因として、生命保険会社の手数料ランク査定の問題がある。 　生命保険会社が手数料ランクを廃止し、すべての代理店で同じ手数料とすることで手数料ランク査定のための恣意的な販売を無くすことができると考える。	
192.	ー	ネット通販等と異なり、そもそも代理店を通してご加入される顧客の多くが、保険商品知識には不安を覚えている方が多いことから、「安さ」以外の意向は把握しづらい可能性がある。 　仮に「補償の充実」に意向確認ができた場合でも、保険商	貴重なご意見として承ります。 　今般の改正の趣旨は、保険業法に基づく意向把握を前提として、顧客の意向等に照らし、顧客による適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 　一方で、全ての案件について、全ての取扱保険会社の商品を網羅

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		品の特約は膨大であることから、顧客も全ての特約の説明を行うことは情報過多となることから望んでいないケースが太宗を占めており、顧客の状況を把握した代理店による主体的情報提供は益々重要になると考えている。 しかし、募集人が代理店手数料ポイントの高い保険会社の特約に優位性を持たせ、その保険商品へ誘導する事は容易に想像できる。 保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止によって、本来目指すべき顧客本位が担保されるかは非常に心配であり、「保険会社毎の代理店手数料ポイントの多寡」がある限り、今般の改定を潜り抜けられてしまうおそれがあると考えている。 例えば、顧客の意向が明確に「安さ」にあった場合、乗合保険会社すべての見積をしてみなければ、「安さ」で優位に立つ保険商品は提案できないが、見積り作成やエビデンスとしての保管作業まで含めると、代理店の事務ロードは膨大となり、費用対効果として成り立たなくなるおそれがある。 加えて、各保険会社の特約に関する説明も必要となる。 代理店にはシステム設備やセキュリティ整備、監査部門設置、事故対応部門設置等体制整備の強化が求められており、設備投資、人材確保投資等のコストは膨れ上がる一方である。 多くの代理店では、代理店手数料ポイントの低下に加えて、教育にかける時間も今まで以上に必要となり、一人当た	的に比較・説明し、又は詳細な記録を一律に求めるものではありません。 代理店の規模・業務特性、募集形態、取扱商品、顧客の意向等を踏まえた実効的な態勢整備が重要です。 また、代理店手数料、手数料ポイント、評価体系等が、顧客の意向に沿わない商品選別や特定の保険会社への不適切な誘導につながることは適切ではありません。 さらに、乗合保険会社の見直しや代理店委託契約の終了等を行う場合には、既契約者の保全、異動、事故対応、満期案内等に支障が生じないよう、顧客保護の観点から、保険会社及び保険代理店において適切な引継ぎ・管理態勢を整備することが重要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		りの労働生産性は減少している。 　従来より、給与水準の低い保険代理店が多く、賃上げもできないことから、優秀な人材を確保することも難しい。保険会社からの出向者も引き上げとなり、現場の募集品質の低下が危惧される。 　保険代理店の体制整備の本質は、代理店の社員各々が「私の契約者」では無く、「わが社の契約」という想いで、組織で顧客をお守りできるという体制にある。 　固定給の代理店であるほど人件費の余裕は無く、設備投資や人材確保が難しく、結果として、募集品質低下のツケは顧客に影響してしまう。 　このような状況を鑑みた場合、代理店は「乗合保険会社の選別」を行う可能性がある。 　「代理店手数料ポイントの低い保険会社」や「保険会社の非により代理店が苦情を受け、そのフォローに辟易としている保険会社」、「保険見積システムが脆弱な保険会社」等、代理店事情で保険会社の選別が加速することが考えられる。 　保険会社がミスをしても代理店手数料のプラスは無いが、代理店がミスをした場合、代理店手数料がマイナスになる保険会社もある。 　ここで問題なのは、「代理店の保有契約は保険会社が所有」との法律である。顧客の太宗は代理店の信頼度や利便性、相談しやすさに軸足を置いて保険に加入していると思われる。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		しかるに、保険会社の選別により保険会社からの委託解除が行われると、代理店としては一切アフターフォローができなくなり、顧客が困惑してしまう可能性がある。 保険契約の移管のほか、保険契約が満期切れし、保険事故が発生しても顧客をお守りできない事例が発生する可能性がある。 委託解除後には保険会社の研修生や見ず知らずの代理店から満期案内があっても、「不信な人からの電話にはでない、訪問されても出ない」等、特に高齢者においては顕著である。 委託解除時に顧客に案内する「代理店移管のご案内文」などを送付したとしても、数年経てば記憶も定かでは無くなる可能性もある。 例えば、これらの事を想定した場合、以下の事はできないか。 ・ 代理店委託契約は解除せず、代理店が保有する契約はアフターフォローだけができるよう制度改定する。 代理店が委託解除先の保険会社に対して、契約保険料を支払い契約満了まで責任をもって、顧客の相談に乗れるようにする。 満期時のアナウンスも顧客に迷惑が掛からないよう確実に行う。 ・ 代理店ロードを削減するために、代理店手数料ポイントの体制整備評価基準を同一とする。	
193.	―	本改正案が目指す、乗合代理店における比較推奨販売の	貴重なご意見として承ります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		透明性向上、顧客の最善の利益(顧客本位)に資する募集管理態勢の強化という方向性には賛同する。 他方で、比較推奨販売ルールや募集行為の規定整備、意向把握書類・記録の保管をいかに厳格化しても、「販売主体の業務構造」自体が利益相反・不適切誘導を生みやすい形態(例：ディーラー、金融機関等における本業と一体化した保険販売)では、本質的な改善が困難であると考える。 形式的な記録や規程整備を積み上げても、根本的な不正・不適切誘導が起こり得る環境が温存される限り、実効性には限界があると考える。	乗合代理店における比較推奨販売については、記録・規程整備にとどまらず、顧客の意向に沿わない商品選別や特定の保険会社又は特定の保険契約への不適切な誘導が行われないよう、実効的な保険募集管理態勢を整備することが重要です。 特に、保険代理店業務以外の業務との関係や取引上の力関係、手数料その他の経済的誘因等により、顧客本位の業務運営が損なわれるおそれがある場合には、乗合代理店は、利益相反管理、保険募集人への教育・管理・指導、モニタリング等を通じて、実態に即した対応を行う必要があります。 金融庁としても、形式的な記録・規程整備にとどまらず、顧客本位の業務運営が実質的に確保されているかという観点から、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。
194.	ー	比較推奨販売の実効性確保に関して、最も懸念するのは、最終的に「販売側の都合」や「販売側に有利な事情」により、顧客が意図せず特定の商品・保険会社へ誘導され得る点である。 比較推奨販売の説明や記録が整っていても、運用が形式化すれば、実質的には誘導を正当化する手段となり得るため、以下の観点で、妥協のない改正・監督運用を要望する。 ・ 推奨理由の説明が「形式」にとどまらず、顧客利益に資する比較要素(補償範囲、免責、支払限度、特約構成、引受範囲、更新時の条件、支払実務等)に基づくことを、監督上より明確に位置付けること ・ 「事務都合」、「社内事情」、「手数料・評価等に紐づく事情」など、顧客利益と無関係又は相反し得る要因が推	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売においては、形式的な説明や記録の整備にとどまらず、顧客の意向に沿って、保障(補償)内容、保険料水準、免責、特約等の顧客利益に関わる要素を踏まえ、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき提示・推奨が行われることが重要です。 また、手数料水準、営業評価、取引実績、事務都合その他の販売側の事情により、顧客の意向に沿わない特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。 各保険会社及び乗合代理店においては、記録の有無だけでなく、推奨理由が顧客の意向及び利益に照らして合理的であるかを確認・検証し、必要に応じて保険募集人への教育・管理・指導や業務改善につなげる実効的な態勢を整備することが求められます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		奨に影響しないよう、監督上の整理(不可視な誘導の排除)を強化すること ・ 監査・検証の重点を、記録の有無だけでなく「推奨の合理性(顧客利益との整合)」へ置くこと	金融庁としても、顧客本位の業務運営が実質的に確保されているかという観点から、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。
195.	―	ディーラー・金融機関等による保険販売を抑止・禁止する法整備(制度の本質改善)として、本改正の趣旨(顧客本位の徹底)を真に実現するためには、比較推奨販売ルールや書類保管の強化と並行して、利益相反が構造的に発生しやすい販売形態そのものを是正する必要があると考える。 顧客との既存取引や優越的な関係性、本業の取引継続・条件等の文脈の中で保険が提案されやすく、顧客が自由に比較・選択しにくい状況が生じ得る。 この構造は、いかに記録・規程を厳格化しても、不適切誘導を完全に排除することは困難である。 ついては、ディーラー・金融機関等において、保険販売が本業取引に埋め込まれ、顧客の自由な選択を阻害し得る形態について、保険の取扱いを原則として認めない(又は厳格に制限する。)方向で、保険業法・関係法令の整備(法改正を含む。)を検討・推進することを要望する。 また、当該販売形態に固有の利益相反・不適切誘導リスクがあることを前提に、比較推奨販売の枠組みだけでは足りない“構造規制”の議論を公式に開始し、制度としての結論を示すことを要望する。	貴重なご意見として承ります。 ディーラー、金融機関等における保険募集については、本業取引との関係や顧客との取引上の立場等により、顧客の自由な商品選択が阻害され、又は、特定の保険会社若しくは特定の保険契約への不適切な誘導が生じることのないよう留意する必要があります。 今般の改正の趣旨は、保険業法に基づく意向把握を前提として、顧客の意向等に照らし、顧客による適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 また、保険募集人においては、形式的な記録・規程整備にとどまらず、本業取引との関係を含む利益相反や顧客の適切な商品選択の機会を阻害し得るリスクを踏まえ、実効的な募集管理態勢を整備することが重要です。 金融庁としては、いただいたご意見も踏まえ、顧客本位の業務運営が実質的に確保されているかという観点から、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。
196.	―	2社以上の保険会社の取扱いがあり、各社の内容についてきちんと理解した上でのお客様への正しい提案をしなけれ	貴重なご意見として承ります。 乗合代理店においては、複数の所属保険会社等の保険契約を取

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ばならないため、教育等含め負担がかかるがしっかりと取り組むことが重要と考える。	り扱う以上、顧客の意向に沿った適切な選別・提示・推奨が行われるよう、商品内容、保障(補償)内容、保険料水準、特約、留意点等について、保険募集人が十分に理解していることが重要です。 各保険会社及び乗合代理店においては、自社の規模・業務特性、取扱商品等を踏まえ、保険募集人に対する教育・管理・指導を適切に行い、顧客に正確で分かりやすい情報提供が行われる態勢を整備することが求められます。
197.	―	乗合代理店における比較推奨販売は、現実的に販売する者の商品知識によってどうしても得手不得手が出てきてしまう。保険会社のサポートの制限が大きくなってきている状況で、急にスキルを上げるのは困難と考える。 自動車販売会社としては、自動車保険に対しての対応は注力していくが、自動車保険以外の保険まではもう少し準備が必要と考える。保険会社からの利益供与としてサポートが受けられない状況で、体制を整えるには時間が足りず急すぎる。 ついては、今回の比較推奨販売の改正において、自動車保険以外は延期していただきたい。	
198.	第227条の2第3項第4号	ディーラー代理店として、比較推奨販売の改正案において、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする。)を廃止することは理解できるが、その代替案もしくは改善策については理解できない。 そもそも比較推奨販売方式において、同号イ(以下、イ方式とする。)、同号ロ(以下、ロ方式とする。)、ハ方式があったのは、代理店販売状況も把握したうえで策定されていたものと考えている。 昨今の保険業界不祥事により今般の改正に至っていると思われるが、改正案がハ方式を廃止して、イ方式・ロ方式をより具体的な改正案にしたとしか読み取れず、問題の原因はそもそも推奨販売方式(ハ方式)を作った国にあるのでは	貴重なご意見として承ります。 今般の改正の趣旨は、保険業法に基づく意向把握を前提として、顧客の意向等に照らし、顧客による適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 また、全ての案件について、画一的・過度に詳細な比較説明や記録を求めるものではなく、代理店の規模・業務特性、募集形態、取扱商品、リスクの状況等を踏まえた実効的な態勢整備が重要です。 金融庁としては、形式的な対応に偏ることなく、顧客本位の業務運営が実質的に確保されるよう、保険会社及び代理店の実務状況も踏まえつつ、適切にモニタリングしてまいります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ないかと感じてしまう。 　また、改正案が出たうえで、社内および保険会社とも実際に何をどこまでしたらよいか話したが、改正案の捉え方の違いや具体的な行動についても考え方が違い、議論がまとまらなかった。法律への理解について、そこまで、いろいろな人が話しても具体的な行動が決まらないような規制で良いのか。 　また、有識者が話した結果が、ハ方式を廃止し、イ方式・ロ方式をより具体的にした改正案となっており、誰でも考えられそうなものとなっており残念に感じた。 　顧客本位の業務運営の理解はしているが、もっと現状の代理店への影響も考えた改正にしてほしい。	
199.	第227条の2第3項第4号	乗合代理店において顧客本位の業務運営を行うにあたり、代理店独自の意向把握では限界がある。 　補償内容全ての意向を把握するのは不可能に近い。協会や保険会社共通の最低限の質問事項の掲載された意向把握シートの提供が必要である。 　代理店自立と謳ってバラバラに手動させると、また同じ時代の繰り返しで、手数料率の高い保険会社に誘導する事が可能になる。 　業界の共通の意向把握や、最低限の必要な意向把握の質問事項を作成する必要がある。	貴重なご意見として承ります。 　意向把握・確認については、保険業法第294条の2に基づき、顧客の意向を把握し、当該意向に沿った保険契約の提案・説明を行うために重要なものです。 　一方で、金融庁として、全ての保険契約・募集形態に共通する意向把握シートや最低限の質問項目を一律に定めるものではありません。 　各保険代理店においては、取扱商品、募集形態、顧客属性、リスクの状況等を踏まえ、顧客の意向を適切に把握・確認できる実効的な方法を整備する必要があります。 　また、意向把握が形式化し、手数料水準等の代理店側の事情による不適切な誘導につながることは適切ではありません。 　なお、業界団体等において、法令等を踏まえて、意向把握・確

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			認や比較推奨販売の適切性の確保に向けた取組みが行われることは有意義であると考えます。
200.	―	意向確認の情報量が過多となり、形式的な比較確認や比較推奨販売制度自体が形骸化してしまわないように仕組み化、ガイドラインを作成いただきたい。	貴重なご意見として承ります。 意向把握・確認や比較推奨販売に係る説明・記録については、顧客の理解に資することが重要であり、情報量が過多となり、形式的な確認や記録作成自体が目的化することは適切ではありません。 金融庁として、全ての募集形態に共通する様式やガイドラインを一律に定めるものではありませんが、各代理店においては、取扱商品、募集形態、顧客属性、リスクの状況等を踏まえ、顧客の意向を適切かつ分かりやすく確認できる実効的な方法を整備することが重要です。 なお、実務負担の軽減や意向把握・確認の実効性向上の観点から、業界団体等において、法令等を踏まえて、参考となる様式、質問項目、実務例等を整理・共有する取組が行われることは有意義であると考えます。
201.	―	金融庁主導で業界共通のシステム基盤やAPI連携の標準化を推進し、代理店のコスト負担を軽減していただけるようご検討いただきたい。	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売に係る実務対応において、システム連携やデータ標準化等は、代理店の業務負担軽減や記録・検証の実効性向上に資するものと考えられます。 一方で、金融庁として、業界共通のシステム基盤やAPI連携の標準化について一律に定めるものではありません。各保険会社及び代理店においては、顧客保護、情報管理、業務効率性等に加えて、システムの安全性を確保するとともに、恣意的な運用等を防止し、比較推奨販売を適切に行うための実効的な態勢整備を行うこ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			とが重要です。
202.	第227条の2第3項第4号	体制整備について、規模の大小にかかわらずしっかりとした体制整備を持つことが代理店に求められていることは理解している。 顧客との強い信頼関係によって成り立ってきた保険契約を、さらに確実にするために「顧客の意向」を第一に考えているかを確認する機能の確立はCSの観点からも必須と考えている。 適切な比較推奨販売について、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする。)の廃止について、顧客の意思を確認しないまま廃止するということに疑問を感じる。 顧客が保険を選ぶ際の優先順位として、保険料比較、迅速かつ簡潔な事務手続き、事故発生時の解決サポート(スキル)等によって代理店の推奨方針が変わることに鑑みた上で「適切な比較」を行うことが、真の顧客本位なのではないか。 代理店の都合による推奨が認められないことは承知しているが、代理店都合による保険会社の選定となっていないかチェックすることができないことを理由としてハ方式が廃止されたのではないかと思われ、全廃という考えは飛躍しすぎていると感じる。 顧客が選ぶ際、迅速かつ簡潔な事務手続き及び事故発生時の解決サポートを優先される場合などにおいては、代理店が熟知・精通している保険会社を推奨することが、顧客	貴重なご意見として承ります。今般の改正の趣旨は、保険業法に基づく意向把握を前提として、顧客の意向等に照らし、顧客による適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 比較推奨販売に当たっては、保障(補償)内容、保険料水準等、顧客が重視している事項を把握し、その意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 また、全ての案件について、全ての取扱保険会社の商品を網羅的に見積り・説明することを一律に求めるものではなく、代理店の規模・業務特性、募集形態、取扱商品、顧客の意向等を踏まえた実効的な態勢整備が求められます。 自動車損害賠償責任保険については、自動車損害賠償保障法に基づき加入が義務付けられており、補償内容や保険料が法令等により定められているため、一般の任意保険のように商品内容や保険料を比較して選択する性質は限定的です。 したがって、複数の保険会社の自動車損害賠償責任保険を取り扱っている場合であっても、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロに係る対応が必要となるものではないと考えられます。 なお、顧客から保険会社の指定がある場合には、その希望を踏まえて適切に対応する必要があります。また、指定がない場合であっても、保険代理店において、複数の保険会社の自動車損害賠償責任保険の取り扱いがあるときは、これら保険会社を顧客に明示した上で、例えば、前契約の保険会社、任意保険と同一の保険会社等、顧客が希望する保険会社がないかを確認することが重要

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		にとっても利便性が高く、顧客満足につながると考えている。 自動車損害賠償責任保険(自動車損害賠償保障法第5条)は全自動車ユーザーに広くコストを負担させることで被害者救済を担保する他国にはない日本固有の素晴らしいシステムであるが、どこの保険会社で加入しても同一料金である上、取り扱い手数料を除く収入保険料は国によって管理されることから、比較推奨販売から除外することが適切であると考える。	と考えられます。 いずれにしても、顧客の最善の利益を勘案せず、保険会社からの便宜供与、取引関係その他の代理店側の都合により、特定の保険会社の保険契約を恣意的に優先することは適切ではなく、保険代理店においては、顧客の希望に沿った保険契約の販売ができるよう体制を整備することが求められます。 また、顧客が希望する保険会社を当該代理店が取り扱っていない場合には、取扱可能な保険会社の範囲を説明し、顧客の理解を得た上で対応することが重要です。
203.	第227条の2第3項第4号	個人の自動車保険をはじめとする家計分野の保険については、大半の人が保険会社ではなく、代理店を選んで加入している。 一方で、今回の改正により、乗合代理店から1社専属代理店にすることを検討している代理店も多い。 これは顧客本位のための乗合制度が逆行していることに他ならない。 テリトリー制などの便宜供与はあってはならないが、今回の比較推奨販売の改正は的外れであり、他の方法とすべきと考える。	貴重なご意見として承ります。 今般の改正の趣旨は、保険業法に基づく意向把握を前提として、顧客の意向等に照らし、顧客による適切な商品選択の機会を確保する点にあります。金融庁としては、比較推奨販売の適正化が形式的な対応にとどまらず、顧客本位の業務運営の実効性確保につながるよう、代理店の業務実態や顧客の適切な商品選択の機会への影響も踏まえつつ、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。
204.	―	各損害保険会社からの便宜供与の制限により、代理店から保険会社担当者へのサポートが制限されたり、休日にコールセンターがつながりにくくなっており、募集品質の低下につながりかねない懸念を感じている。	貴重なご意見として承ります。 保険会社による保険代理店への便宜供与については、顧客の意向に沿わない商品選別や特定の保険会社への不適切な誘導につながることのないよう、適切に管理される必要があります。 一方で、保険募集の適切性を確保するために必要な商品知識、事務手続、事故対応、照会対応等に関する教育・管理・指導や支

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			援を一律に否定するものではありません。 保険会社及び保険代理店においては、過度の便宜供与を防止しつつ、募集品質の維持・向上や顧客保護に必要な支援・連携がなされるよう態勢整備を行うことが重要です。
205.	第227条の2第3項第4号	適切な比較推奨販売の確保について、これまで保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハに基づいた募集において、顧客からの苦情、ご意見は無く、顧客の不利益になっていたという認識がないため維持を希望する。	貴重なご意見として承ります。 今般の改正の趣旨は、保険業法に基づく意向把握を前提として、顧客の意向等に照らし、顧客による適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 苦情等が顕在化していない場合であっても、顧客が推奨理由や比較対象を十分に理解しないまま特定の商品を選択している可能性もあるため、顧客の意向に沿った合理的かつ具体的な説明と、事後的に確認・検証できる態勢整備が重要です。 なお、今般の見直しは、全ての案件について画一的・過度に詳細な比較説明や記録を一律に求めるものではなく、代理店の規模・業務特性、募集形態、取扱商品、顧客の意向等を踏まえ、実務に即した実効的な対応が求められるものです。
206.	第227条の2第3項第4号	乗合代理店における比較推奨販売の改正案に対する反対意見 私は地方の自動車ディーラーで保険統括をしている。現場を預かる責任者として、今回の改正案には強い憤りと危機感を抱いている。 金融庁は「消費者保護」を掲げているが、今回の改正案は現場の実態を完全に無視しており、結果として消費者と代理店の双方を苦しめるものと言わざるを得ない。	貴重なご意見として承ります。 今般の改正の趣旨は、保険業法に基づく意向把握を前提として、顧客の意向等に照らし、顧客による適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 一方で、全ての案件について画一的・過度に詳細な比較説明や記録を一律に求めるものではなく、代理店の規模・業務特性、募集形態、取扱商品、顧客の意向等を踏まえ、実務に即した実効的な態勢整備が重要です。 金融庁としては、顧客保護の実効性を確保しつつ、代理店の実

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			務負担や現場への影響にも留意し、顧客本位の業務運営が実質的に確保されるよう、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。
207.	第227条の2第3項第4号	消費者として今回の比較推奨の改正に対して反対する。 乗合代理店が自己の都合で勧めたい商品を勧めていただくだけで構わず、比較推奨の規制を変更する必要はない。 提案内容が気に入らなければ、他の代理店やインターネットで別の保険会社の別の保険に加入すればよいだけである。 規制があるのでやむを得ず、比較推奨商品を提示され、見たくもない合理的な基準とか、比較商品の説明をされ、資料や確認書を配付され、サインをして、余計な時間を取られることは迷惑以外の何物でもない。 必要なら、なぜこれを勧めているのか教えてくれ、と言えばよいだけの話である。 民民の話に行政が介入すべきではない。 現代は、Web検索や生成AIを使用すれば狙った情報は手に入る世の中である。 むしろ、情報過多のほうが問題であることは明らか。 日本全国の代理店が、情報提供をするとすれば、膨大な量になる。 紙や労力の無駄でしかない。そもそも、自由主義経済であり、契約自由の原則がある。 ここにコストを投下し、最終的に消費者に転嫁されるの	貴重なご意見として承ります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		は納得できない。 　比較推奨販売規制のようなレギュレーションによって代理店廃業を余儀なくされ、あるいは、大いに収益を圧迫されることになれば、国民経済的にも利益があるとは言えない。 　圧倒的な優位性ゆえにビッグモーター問題は生じたが、その本質は事業会社の兼業である。 　カーディーラーは車検証情報に独占的・最速にアクセスでき、補償開始日の情報も入手できる。 　車両購入者と車両の売買契約の過程において、簡単に顧客にコンタクトできる。 　よって、情報入手にほとんど努力を要せず、自動車保険設計ができるという競争上の圧倒的な優位性故に生じた問題であるので、少なくとも車検証情報を現代のIT技術によって、誰でも容易にアクセスできるようにすれば、その優位性は相当に減殺されるため、検討すべきである。 　少なくとも問題のあった自動車販売業においては兼業を禁止すべきであり、そのためには、上述の車検証情報のオープン化が不可欠であるため、相当の期間は必要となるが、いずれにせよ、起こった問題とその対処の間に関係がなく、適切な対応とは考えられない。 　便宜供与によって取り扱い保険会社を決めていたとしても、特に自動車保険等の定型的保険商品は、商品差も少なく、補償なりの保険料で大差がないことから、解決策として比較推奨販売の強化を行うという考え方は適切では	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ない。 バイイングパワーの行使によって不公正な取引をしているのであれば、独禁法理で規制すべきものである。 そもそも、このような検討をするために、税金が使われていることに対しても許しがたいものを感じる。 審議会・御用学者、こういった構造も、もう何十年と変わっていないと思うため、時代に合っておらず、見直すべきではないか。 また、我が国の保険商品は全て金融庁の認可を経て販売していると理解しており、一つ一つが合理的な商品だと思う。 問題がある商品があるのであれば商品認可を取り消せばよいだけである。 代理店に合理性を問うのは自己矛盾ではないか。 顧客ニーズと関係のない手数料の高いリスク商品が、消費者の知識不足等により押し売りされてきたことが問題だったことから、ありふれた補償性商品に関して比較推奨の規制強化は適切ではないと考える。	
208.	―	顧客への契約内容の伝わりやすさや募集実務の効率化を図るべく、意向票・推奨理由書式・比較表、利益相反管理テンプレート等の標準様式の策定が必要と考えるがどうか。	貴重なご意見として承ります。 金融庁として、全ての募集形態に共通する様式やガイドラインを一律に定めるものではありませんが、各保険代理店においては、代理店の規模・業務特性、取扱商品、募集形態、顧客属性、リスクの状況等を踏まえ、顧客の意向を適切かつ分かりやすく確認できる実効的な方法を整備することが重要です。
209.	―	乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保について、代理店経由での募集の強みである顧客との対話において、顧客のご意向を正確に把握するために事前にアンケー	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		トを行うことなどを想定しているが、意向把握のプロセス方法について、ガイドラインを提示していただきたい。	
210.	第227条の2第3項第4号	顧客が取扱損保全ての比較を希望された場合、見積書・申込書作成にかかる時間が大幅に増えることが想定される。 顧客にとっても選択肢が広がり良いことであると思うが、対応するスタッフの労力面が非常に心配である。 現在、様々な会社で人員不足や働き方改革による労働時間の制限があり、ギリギリの状況で対応している企業も多いことから、顧客の最善の利益と共に、企業側にとってもできる限り負担が少ない形での推奨販売方針の策定をご検討いただきたい。	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売においては、顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 一方で、全ての案件について、全ての取扱保険会社の見積書・申込書を一律に作成し、網羅的に比較説明することまで求めるものではありません。 各代理店においては、代理店の規模・業務特性、取扱商品、募集形態、顧客の意向等を踏まえ、顧客の理解と適切な商品選択の機会の確保に資するよう、実効的な態勢を整備することが重要です。
211.	第227条の2第3項第4号	本改正案において、比較推奨販売に関するルールの明確化・厳格化が図られている点について、改正案の趣旨は理解している。 一方で、推奨販売に関して、「比較対象商品の選定理由」、「推奨理由の詳細な説明」、「適切性に関する記録」等の運用がなされた場合、保険募集に要する説明時間が大幅に増加し、顧客への負担も増すなど、顧客のニーズに合致しないことも想定され、かつ、業務負荷の増大も懸念される。 自動車ディーラーの販売現場においては、車両説明、支払方法や下取り、付帯サービス等の説明と並行して、保険募集を行っており、保険募集に割ける時間には制約がある。	貴重なご意見として承ります。 なお、比較推奨販売に係る体制整備については、顧客の最善の利益を勘案しつつ、顧客の適切な商品選択の機会を確保するため、乗合代理店の規模や業務特性等に応じて、自社の募集実務や募集形態等を踏まえた適切な比較推奨販売が実施されるよう実効的な体制が整備されることが重要であり、監督指針は、一律かつ画一的な対応や、規模・業務特性等に照らして過度な実務上の負担を求める趣旨ではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		その中で推奨販売に伴う説明・記録の負担が増加した場合、商談時間の長期化による顧客の負担増、営業担当者の業務過多、本来重視すべき顧客理解や対話の質の低下に繋がるおそれがあると考える。 特に、顧客に補償内容や保険会社に強い希望がない場合や、更新時の募集においても、同水準の推奨販売手続きを求められることは、実務上過度な負担となる。 ついては、以下の点について監督指針等において明確にしていただきたい。 ・ 顧客の意向が明確であり、補償内容に実質的な差異がない場合には、簡素な推奨・説明方法を認める ・ 画一的な推奨販売プロセスではなく、募集形態や商談実態に応じた柔軟な運用を可能とする ・ 説明時間の増加が顧客利便性を損なわないよう、実務負担とのバランスに十分配慮する 比較推奨販売を実際に運用した際に、代理店が顧客本位の説明が可能なよう、実務現場の実態を踏まえた制度設計及び運用を要望する。	
212.	ー	比較推奨販売の実務上の難易度が高まることにより、乗合保険会社の取扱数を限定する、あるいは専属代理店化を選択せざるを得ないケースも想定される。 しかしながら、昨今の保険会社における不祥事や、代理店に不利となりえる代理店手数料ポイント体系の提示、一方的な委託形態の変更等が発生した場合、取扱保険会社の選択肢が失われ、代理店経営や顧客への安定的なサービス	貴重なご意見として承ります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		の提供に支障をきたすリスクがある。 現行の乗合制度を持続可能なものとするためにも、比較推奨販売保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イ及びロについて顧客・代理店双方にとって理解しやすく、実務に即した運用をお願いしたい。	
213.	第227条の2第3項第4号	比較推奨販売の見直しにより、顧客の意向に沿わない選別による提案を行う保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが廃止され、複数の比較可能な同種の保険契約の中から選別して提案する方法(同号ロ)が整理されたことは理解した。 一方で、比較推奨販売の方法として位置付けられている同号イについても、今後見直しや変更が検討されているのかを確認したい。	今般の比較推奨販売の適正化については、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号を改正し、顧客の意向に沿わない選別による提案(同号ハ)を廃止し、二以上の比較可能な同種の保険契約の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別することにより、保険契約を提示・推奨する(同号ロ)ことを明確化したものです。 複数の保険契約の契約内容を比較して説明する場合(同号イ)について、見直すことを意図したものではありません。
214.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする。)が廃止されたことにより、従来、ハ方式で販売していた事業者は、今後は同号ロ(以下、ロ方式という。)に基づいて販売を行うことになるとの理解でよいかを確認したい。 また、その際、ハ方式からの移行事業者に配慮して、ロ方式を柔軟に解釈するといった考え方を、当局として制度設計上有していないことを確認したい。	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止に伴い、従来、同号ハにより比較推奨販売を行っていた事業者においては、今後、同号ロに基づく販売方法を含め、改正後の法令・監督指針に即した方法により適切に対応することが求められます。 他方、同号ロについては、顧客の意向を把握した上で、「二以上の比較可能な同種の保険契約」から合理的に選別して提案するという基本的な考え方を明確化したものであり、同号ハからの移行に配慮して、当該要件を緩和する又は柔軟に解釈することを制度設計上、想定しているものではありません。
215.	第227条の2第3項第4号	保険会社による乗合代理店への指導・教育・管理は、推奨方針に基づく新規契約対応に限らず、既存契約の保全や顧客への情報提供の観点からも必要である。	ご意見にある「推奨保険会社」の意味が明確ではありませんが、Ⅱ―4―2－9(5)②ア.にいう社内規則等で規定する「提示・推奨する基準や理由等」については、顧客の最善利益を勘案した合理的

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		推奨保険会社に該当しない保険会社であっても、顧客の希望に基づく商品選定への対応や、自社契約の保全、新商品・補償内容に関する情報提供を目的として行う指導・教育・管理については、代理店の推奨方針を歪めない限り、一律に内容や頻度が制限されるものではないとの理解でよいかを確認したい。	なものである必要があり、代理店都合の推奨商品群や推奨保険会社といったものは認められません。 なお、保険会社による乗合代理店に対する指導・教育・管理については、推奨方針に基づく新規契約対応に限らず、既存契約の適切な保全や顧客に対する必要な情報提供の観点から行われることも重要であると考えます。 保険業法においても、所属保険会社等は、保険募集人に対して、法令等遵守や適正な保険募集を確保するため、必要かつ適切な指導・教育・管理を行う義務を負っています。
216.	第227条の2第3項第4号	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの削除に関連し、顧客が特定の保険商品を明確に指定している場合であっても、当該商品以外に、顧客の状況(例えば実際の医療費負担の実態等)を踏まえて、より適切と考えられる商品が存在する場合には、その提案は同号ロの規定に基づく判断(顧客の意向に沿った選別による提案)に該当するのかを確認したい。	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロにおける「選別」とは、顧客の意向を把握した上で、複数の比較可能な同種の保険契約の中から、顧客の最善の利益に照らして合理的に商品を選定し提案することを指します。 したがって、顧客が特定の保険商品を指定している場合であっても、その意向や属性、契約目的等を踏まえ、当該商品以外に、顧客のニーズやリスク実態により適合すると考えられる商品がある場合には、その理由を説明した上で他の商品を提案することは、ロの規定に基づく対応に該当するものと考えられます。
217.	第227条の2第3項第4号	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.における「顧客の意向」には、補償内容や保険料に限らず、申込手続の簡便性や保険料支払方法の選択肢の多様性といった要素を重視する顧客の考え方も含まれ得るとの理解でよいかを確認したい。	Ⅱ－4－2－9(5)①B.における「顧客の意向」とは、保障(補償)内容、保険料水準、保険期間等の商品特性などといった顧客が自らのリスクや保険ニーズを適切に認識するための意向を指していると考えます。 ただし、乗合代理店が二以上の比較可能な同種の保険契約の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別するにあたっては、顧客の合理的な意向に基づいて選定されるべきであり、これらの事項

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			のみによらず、保障(補償)内容や保険料水準も含めた顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認し、比較推奨販売を行う必要がある点に留意すべきと考えます。
218.	第227条の2第3項第4号	顧客に対する誠実義務と金融事業者の利益追求との両立について 「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」の改正により「顧客に対する誠実公正義務」が新設され、全ての金融事業者に本義務が課されること等を理由として、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする。)(代理店独自の推奨理由による比較推奨販売)が削除されるものと承知しているが、誠実公正義務とハ方式削除との相当因果関係やハ方式削除の必然性については必ずしも金融審議会等においても論理的かつ説得的な説明がなされていないものと考える。 また、ハ方式が存在していることにより顧客の利益が日々害されているような実態もないものと考える。こうした中で、今般、内閣府令の改正によりハ方式を削除するような必然性や立法事実等はないものと考えるが、金融庁の見解をご教示願いたい。	今般の保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの見直しについては、金融サービス提供法に基づく誠実公正義務の新設のみを直接の理由として行ったものではなく、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」や「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」において指摘された保険会社と保険代理店の不適切な関係性やインセンティブ構造、比較推奨販売に係る透明性の確保といった課題を総合的に踏まえたものです。 これらの議論においては、乗合代理店が保険会社からの便宜供与の実績に応じて推奨商品を決定するなど、顧客の意向や利益を勘案したものといえない不適切な運用が認められたことを踏まえたものです。 このため、顧客の意向に関わらず、特定の保険会社の商品を推奨する販売(同号ハによる販売)は、保険会社と乗合代理店との間に上記のような不適切な関係性が存在する場合も、それが露呈しづらいことなどを踏まえると、顧客の適切な商品選択の機会を阻害するおそれがあることから、顧客の意向に基づく合理的な商品選別を明確化する観点で整理を行いました。 本改正については、金融事業者による正当な収益活動や自主的な販売努力を否定するものではなく、顧客の最善の利益を勘案しつつ、提案理由や判断過程が顧客に対して説明可能な形で示されることを求めるものです。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			金融庁としては、保険契約者等の保護の確保と金融事業者の健全な事業運営の両立が図られるよう、これまでの議論や現場の実態も踏まえ、適切な運用が行われることが重要であると考えています。
219.	第227条の2第3項第4号	現行の保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする。)を根拠としたテリトリー制では、乗合代理店が拠点ごとに推奨する損害保険会社を定め、当該保険会社が指導・支援を担うことで募集品質を確保している実態がある。 ハ方式が廃止された場合、複数の保険会社が同一拠点を支援することによる個人情報管理上のリスク等が懸念されるため、拠点の募集品質確保の観点から、指導担当の保険会社を定める運用は改正の趣旨に反しないのではないか。 また、自動車損害賠償責任保険(自動車損害賠償保障法第5条)については、推奨販売の対象外とされていることから、実務の円滑化のため、拠点ごとに自動車損害賠償責任保険の取扱保険会社を指定することも否定されるものではないのではないか。	保険会社は、保険業法に基づき、保険募集を委託する保険代理店に対して、当該保険代理店が専属代理店・乗合代理店の区分に関わらず、法令等遵守や適正な保険募集を確保する観点から、各々が必要かつ適切な教育・管理・指導を行う責務を負っています。 また、乗合代理店においては、顧客情報については、個人情報保護法等の関係法令に基づき、厳格に管理される必要があります。 したがって、ご意見にあるような個人情報管理上のリスク等の懸念を理由に、指導担当の保険会社を定める運用は、適切な比較推奨販売を歪ませる可能性があり、改正の趣旨に反します。 また、自動車損害賠償責任保険は、自動車損害賠償保障法に基づき加入が義務付けられており、補償内容や保険料が法令等により定められているため、一般の任意保険のように商品内容や保険料を比較して選択する性質は限定的です。 したがって、複数の保険会社の自動車損害賠償責任保険を取り扱っている場合であっても、同法施行規則第227条の2第3項第4号ロに係る対応が必要となるものではないと考えられます。 なお、保険会社と保険代理店の間において、過度の便宜供与は防止される必要があることから、推奨販売の対象か否かを問わず、便宜供与の実績に応じて、保険募集人が顧客に特定の保険会

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			社を提案することは許容されない点には留意が必要です。
220.	―	賃貸物件入居者向け火災保険において、不動産会社が保険代理店として募集を行わず、募集関連行為従事者として紹介・送客のみを行う場合には、乗合代理店としての比較推奨販売や意向把握、体制整備は不要との理解でよいかを確認したい。 一方で、保険会社への直接紹介により比較推奨を経ない契約が行われ、代理店手数料と同レベルのコミッション(紹介料)を背景に特定の保険会社への恣意的な送客が行われる場合、顧客の適切な商品選択の機会が阻害され、比較推奨販売の潜脱につながるおそれがある。 このため、顧客の適切な商品選択の機会を阻害しないよう、募集関連行為に関する監督指針の見直しが必要と考えるがどうか。	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号は、保険募集人が比較推奨販売を行う場合の対応を規定したものであり、紹介・送客のみにとどまり保険募集を行わない募集関連行為従事者について、基本的には乗合代理店としての比較推奨販売や意向把握、体制整備を求めるものではありません。 一方、募集関連行為を通じて特定の保険会社の商品に顧客を恣意的に誘導する行為や、高額な紹介料やインセンティブ報酬の支払により実質的に商品選択を歪めるおそれがある場合には、顧客の適切な商品選択の機会を阻害しかねません。 この点については、Ⅱ－4－2－1(2)においても留意が求められているところであり、募集関連行為が比較推奨販売の趣旨を潜脱することのないよう、引き続き、適切なモニタリングが重要であると考えます。
221.	第227条の2第3項第4号	保険募集のプロセスは、「誘引」・「募集(試算含む)」・「変更対応」・「事故対応」に分けられるところ、乗合代理店における比較推奨販売(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イ及びロ)に関し、意向把握及び比較推奨が求められるのは、どの段階を想定しているのかを確認したい。 特に、単なる「誘引」の段階においては、意向把握や比較推奨は不要であり、「募集(試算含む)」の段階で実施すれば足りるとの理解でよいか。 また、業務を切り分けることで、質の高い商品説明につながるのではないかという点について当局の考えを示し	個別具体的に判断すべき事項であり一概に回答することが困難ですが、法令や監督指針に照らして、募集プロセスの形式的な区分に着目することなく、顧客が保険商品の選択を判断する局面において、意向把握や比較推奨が適切に行われているか実質的に判断されるべきと考えます。 なお、「誘引」が何を指しているか明らかではありませんが、「保険契約の締結の勧誘」に該当すれば、保険募集に該当します。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		てほしい。	
222.	―	顧客本位の業務運営と実務効率の両立のためには、比較推奨販売に関する研修内容やチェックリスト等について、一定の標準化や共通化が必要ではないかと考える。 保険会社や代理店ごとに形式が異なる運用でも差し支えないのか、また、顧客に対して分かりやすく安定的な説明を行う観点から、仕組みの統一化について、当局が、どのように考えているのかを確認したい。	比較推奨販売に係る研修内容やチェックリスト等については、顧客の最善の利益を確保し、分かりやすく安定的な説明を行うことが重要である一方、その具体的な形式や内容について、一律の標準化や統一的な様式を義務付けることを意図するものではありません。 監督指針においても、体制整備の方法は、保険会社や乗合代理店の規模・業務特性等に応じて合理的に判断されるべきものとしています。
保険会社向けの総合的な監督指針			
223.	Ⅱ－4－2－9(5)	「顧客の意向に沿って保険契約を選別」とは、監督指針Ⅱ－4－2－2(3)に基づき顧客の意向を適切に把握した上で、その意向に合致する保険契約を抽出・選別することを意味すると理解してよいか。	貴見のとおりです。 「顧客の意向に沿って保険契約を選別」とは、Ⅱ－4－2－2(3)に照らして顧客の意向や事情を適切に把握した上で、その意向に合致する保険契約を合理的な基準に基づき選別することを指します。 比較推奨販売においては、この意向把握を前提として、選別の理由や基準が顧客に対して説明可能であることが重要であり、代理店や保険会社の都合による恣意的な選別とならないよう留意する必要があります。
224.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)(注3)に関し、特定の保険商品の長所を説明する目的で、当該商品を他の一又は複数の商品と比較する場合には、比較推奨販売に関する同項Aに加えて、誤認を招く比較表示等に留意する旨を定めた監督指針Ⅱ－4－2－2(9)にも配慮する必要があるとの理	貴見のとおりです。 特定の保険商品の長所を説明する目的で他の商品と比較する場合であっても、比較の方法や表現が顧客に誤認を与えないよう、Ⅱ－4－2－9(5)に加えて、比較表示や説明の適正性に関するⅡ－4－2－2(9)にも留意する必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		解でよいか。	このような場合には、比較の前提条件や範囲を明確にし、一般的な優位性があるとの誤解を招くことのないよう配慮した上で、顧客の意向に照らして合理的な説明が行われることが重要であると考えます。
225.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)「適切な比較推奨販売を行わなければならない」との点について、金融サービス提供法に基づく顧客等に対する誠実公正義務の趣旨も踏まえることとされているが、 1.令和5年10月30日の金商法等改正のパブコメでは、「「顧客等の最善の利益」は顧客一人ひとりによって、また、同一の顧客であっても当該顧客の置かれた状況等により異なり得るもの」と回答されている。 保険事業者の場合、保険業法において、他法令には措置されていない意向把握義務が保険会社や保険募集人に対し課されていることから、これを適切に履行することが、最善利益勘案義務を履行する上で非常に重要になってくるものと考えているが、その理解でよいか。 2.上記1の前提に立った場合、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止によって、自己に都合の良い商品を販売できなくなった者が、安易に監督指針Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)に規定する意向推定型の方法を用いて、引き続き自己に都合の良い商品を販売しようとする行為が行われることが懸念されるところ、こうした行為は比較推奨販売の潜脱的な行為に該当し得るものと考えられる。かかる意向推定型は主として比較推奨販売が求められない	貴見のとおりです。 金融サービス提供法に基づく誠実公正義務は、顧客ごとの状況や意向に応じて判断されるべきものであり、保険分野においては、保険業法上の意向把握・確認義務を適切に履行することも、その前提として大変重要です。 また、同法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止後において、顧客の意向把握が不十分なまま意向推定の方法を用い、特定の商品を恣意的に選別する行為は、比較推奨販売の趣旨を潜脱するものとなり得るため、適切ではありません。 比較推奨販売においては、顧客の意向を丁寧に把握した上で、合理的な基準と理由に基づく商品選別・推奨が行われていることが重要であるとともに、その確保を通じて顧客の適切な商品選択の機会が不当に損なわれることのないよう対応することが重要と考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		保険会社の営業職員が営業を行う場合を想定したものとして規定したと理解しているが、その理解でよいか。 3.上記2の前提に立った場合、例えば、比較推奨販売を行う乗合代理店が、意向推定の確度の度合いが不十分なまま顧客の意向を推定し、特定の保険契約を選別して募集行為を行った場合、乗合代理店の恣意的な保険契約の選別を許容することにも繋がりかねず、結果として、顧客の商品選択の機会を阻害するおそれがあるものと考えられる。このように、顧客の意向を把握する際には、安易に意向推定型を用いるのは規制の趣旨に適うものではなく、特に乗合代理店の場合は保険会社に比べて意向推定の確度を確保するには相応のハードルがあるものと考えられるが、その理解でよいか。	
226.	―	顧客の意向把握のプロセスについては、下記1から5の流れで行うことが考えられる。 1.当初意向の把握 2.説明を受ける商品を絞り込むかの確認 3.特に重視する意向の把握 4.商品特性等により、代理店が特定の保険契約を推奨する場合の取扱 5.個別商品の説明・申込 上記2.について、1.にて把握した当初意向を踏まえて、代理店の募集実態等を鑑みつつ、必要に応じて、「該当する保障分野において当代理店が取り扱うすべての商品の説明を聞きたいか」、「該当する保障分野の中で、さらに	貴見のとおりです。 重要な点は、乗合代理店や保険会社の都合に基づく恣意的な誘導によることなく、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等による提示・推奨を行うとともに、当該基準や理由等を明確に説明することであり、これを踏まえた実効的な運用が求められます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		詳細な意向に基づいて説明を受ける商品を絞り込みたいか」を顧客に確認することが考えられる、という理解でよいか。	
227.	Ⅱ－4－2－9(5)	当社で「レクリエーション保険」という非常に単価の安い損害保険契約を取り扱っている。最低保険料は1000円で、正直売れば売るほど赤字になる商品である。地域のためと思いボランティア的な扱いで引き受けてきたが、今回の改定によりこのジャンルまで比較推奨をしなければならないとなれば、引き受けることをやめざるを得ない。 顧客にとっては契約を引き受けてもらえることが最善利益な場合、「比較しなくていいなら契約しますが、どうしますか？」と顧客に問うて、それを顧客が了承すれば、それはそれで顧客最善利益を勘案したことになるのだろうか。それともやはり、引き受けるのならば比較可能な商品を比較せねばならないだろうか。結果断ることになってしまえば、本末転倒のように思える。 乗合代理店がどの契約を用いて顧客に役立とうとするか、保険が諾成契約である以上、乗合代理店側にも一定自由な裁量で商品を選択する裁量権があるように思う。しかしながら「ハ方式(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ)」が一切許されないということは、つまり顧客最善利益を勘案した誠実公正義務は、保険代理店の契約締結権(の代理権)に優先するものである、という理解でよいか。	比較推奨販売の適正化については、顧客の最善の利益を勘案し、顧客の意向を踏まえた合理的な商品選択が行われることを確保する趣旨であり、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在する場合には、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロに基づく推奨販売を行う必要があります。 一方、例えば、保険募集人による保険契約の選別・提案が実質的に伴わず、顧客の主体的な判断のみにより、顧客から特定の保険会社又は特定の保険契約が指定され、その結果、加入の対象となる一の保険契約が選択された場合には、同号ロの適用対象とならないことから、Ⅱ－4－2－9(5)①B.において定める対応が直ちに求められるものではありません。 ただし、その場合でも「顧客から特定の保険会社又は特定の保険契約が指定され、その結果、加入の対象となる一の保険契約が選択された」という証跡はしっかりと残していただくことも重要と考えます。 なお、金融サービス提供法に基づく誠実公正義務(顧客の最善の利益勘案義務)は、代理店の法的地位や契約締結に関する裁量を否定するものではなく、代理店としての立場を前提に、顧客の意向や事情に照らして誠実かつ公正に募集が行われることを求めるものです。個々の契約特性や実務実態を踏まえ、顧客の利益を確保する実効的な対応が重要であると考えられます。
228.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止によ	比較推奨販売に係る適正化については、顧客の最善の利益を勘

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		り、代理店が時流や経済情勢に即した新商品や特定の補償を柔軟に推奨する余地が狭まるのではないかとの懸念がある。 顧客から明示的な要望がない場合でも、代理店として特に有用と考える商品や補償を提案・推奨することが可能なのか、また、そうした提案が恣意的な誘導と評価されないのかについて、当局の見解を求めたい。	案しつつ、顧客の適切な商品選択の機会を確保するものであり、重要な点は、代理店や保険会社の都合に基づく恣意的な誘導によることなく、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等による提示・推奨を行うとともに、当該基準や理由等を明確に説明することであり、これを踏まえた実効的な運用が求められます。 なお、顧客から意向が明確に示されない場合において、代理店として特に有用と考える商品や保障(補償)を提案・推奨することが恣意的な誘導と評価されないかについては、個別具体的に判断する必要があります。 また、顧客の意向が不明確である場合であっても、顧客が特に重視すると考えられる事項を例示するなど、可能な限り顧客の意向を把握する必要があります。
229.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売に係る規制や実務対応が複雑化することで、保険募集人が負担を感じ、結果として保険募集そのものを敬遠する社員が増加するおそれがあるのではないか。	比較推奨販売に係る適正化については、顧客の最善の利益を勘案しつつ、顧客の適切な商品選択の機会を確保するものであり、その運用に当たっては、自社の募集実務や募集形態等を踏まえた適切かつ合理的な対応が重要と考えます。 また、比較推奨販売に係る体制整備にあたっては、乗合代理店の規模や業務特性等を踏まえた実効的な体制が整備されることが重要と考えます。 監督指針においても、形式的かつ画一的な対応とならないよう、創意工夫のもと、適切な運用が図られる必要があると考えます。
230.	－	比較推奨販売の厳格化により、保険募集人による説明行為や募集自体を萎縮させ、責任回避的な対応が増加するおそれがあり、その結果、保険の普及という代理店本来の役割が損なわれ、かえって消費者利益の低下につながる懸念がある。	
231.	－	比較推奨販売に係る業務の煩雑化により、小規模な代理店が代理店業務の継続を断念する事態が生じるおそれがあり、その結果、当該代理店を信頼して保険に加入している顧客が不利益を被る可能性があることを懸念している。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
232.	―	損害保険の実務上は、保険会社の営業担当者・事故担当者・保険会社としての姿勢といった対応力が顧客の利益に大きく影響する。 保険料や補償内容の比較に重きを置き機械的に優劣をつけ推奨することが真に顧客のためになると考えているのか。 損害保険業界として、表面的な比較推奨を優先すると、保険会社は保険料や商品の優位性を目指す方向に進むため、顧客に必要とされる保険会社の対応力の向上が著しく阻害されていくと思われる。	顧客の最善の利益を勘案するに当たっては、保険料や保障(補償)内容の差異のみに着目するものではなく、保険業法に基づく意向把握を踏まえ、顧客が何を重視しているかに照らして適切な選択がなされているかを総合的に考慮することも必要と考えます。
233.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客本位の対応が重要であることは理解しているが、実務上、保険会社間で商品内容や特約、保険料に大きな差がないケースが多く、その違いを時間をかけて説明することが必ずしも顧客のニーズに合致しているかは検証が必要である。 多くの顧客は短時間で要点を押さえた説明や提案を望んでおり、画一的ではなく、個々の顧客に応じた説明が求められる。 また、比較推奨対応による業務負担や慢性的な人手不足を背景に、取扱保険会社数の削減も検討せざるを得ず、その結果、顧客の選択肢が狭まるおそれがあるのではないか。	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売に係る体制整備については、顧客の最善の利益を勘案しつつ、顧客の適切な商品選択の機会を確保するため、乗合代理店の規模や業務特性等に応じて、自社の募集実務や募集形態等を踏まえた適切な比較推奨販売が実施されるよう実効的な体制が整備されることが重要であり、監督指針は、一律かつ画一的な対応や、規模・業務特性等に照らして過度な実務上の負担を求める趣旨ではありません。 また、保険募集人(乗合代理店)には、法令に基づき、自らの所属保険会社等の保険商品について、顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められています。そのため、保険契約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った体制整備を図ることが必要と考えます。 顧客が簡素な説明を希望する場合には、顧客の意向に照らして適切と認められる範囲で、提案・推奨する保険契約の概要につい

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			て、保険会社が作成したパンフレット等を用いて説明し、必要に応じて保障(補償)内容や保険料水準等の要点を補足する対応も考えられます。 いずれにせよ、顧客の意向に整合的な形で、当該保険契約を選別・推奨する理由が合理的に説明できること、また、顧客の理解と納得を得られる実効的な募集が行われていることが重要であると考えています。
234.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険事業を取り扱うに当たって、お客様の意向を把握して取引することはわかるものの、顧客の最善の利益だけを追求するような比較推奨販売では、代理店の事業方針を反映することをすべて排除するように考えられるが、どのように考えるのか。	今般の改正の趣旨は、保険業法に基づく意向把握を前提として、顧客の意向等に照らし適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 比較推奨販売においては、乗合代理店の方針等のみが優先されるなど代理店の都合による選別となり、顧客の意向や利益が損なわれることのないよう、当該方針等が顧客の意向に照らして合理的であり、その理由を説明できることが重要と考えます。
235.	Ⅱ－4－2－9(5)	損害保険会社ごとに、営業態勢や人材、事故対応、商品開発力等には差異があり、これらの総合力の違いは、代理店への支援力や顧客に提供できるサービスの質の違いとして現れる。 その結果生じる優位性や顧客メリットを、推奨理由として適切に評価・説明することは、本来、公正な競争や健全な経済活動の一環と考えられる。 しかし、今回の推奨販売方式の見直しでは、こうした差異を過度な便宜供与につながるものとして排除する方向に見受けられ、公正な競争を抑制するおそれがあるのではないか。	損害保険会社における営業態勢、人材、事故対応、商品開発力等の差異について、必ずしも全てが客観的かつ定量的に評価できるものではなく、客観的かつ合理的な根拠に基づかず、乗合代理店の都合による恣意的な特定の保険契約の選別となりうる場合においては、選別の理由や基準として適切ではありません。 推奨販売を行う際には、顧客の最善の利益を勘案の上、顧客の意向を丁寧に把握するとともに顧客の意向に照らして合理的な基準と理由に基づく説明・推奨が行われることが重要と考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
236.	―	顧客に対する誠実義務と金融事業者の利益追求との両立について 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の改正により「顧客に対する誠実公正義務」が新設され、全ての金融事業者に本義務が課されることを理由として、いわゆるハ方式(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(代理店独自の推奨理由による比較推奨販売))が削除される方向であると承知しているが、誠実公正義務とハ方式削除との相当因果関係やハ方式削除の必然性については必ずしも金融審議会等においても論理的かつ説得的な説明がなされていないものと考える。 金融事業者であっても、企業としての利益追求は、事業を継続、拡大していく上で基本的なビジネス慣行であることは言うまでもなく、顧客に対する誠実義務とは両立させるべきものと考えるが、この点についての見解を伺いたい。	金融サービス提供法に基づく誠実公正義務(顧客の最善の利益勘案義務)は、金融事業者による正当な利益追求を否定するものではありません。 他方、今般の保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの見直しは、 金融サービス提供法に基づく誠実公正義務の新設のみを直接の理由として行ったものではなく、保険会社と乗合代理店との間の便宜供与等を理由とする不適切な関係性に起因して、特定の収益上、又は、業務上の都合が推奨判断に不透明に影響するおそれを踏まえ、顧客の意向に沿った合理的かつ説明可能な比較推奨販売を確保する観点から行うものです。 本改正は、企業活動や公正な競争を抑制することを目的とするものではなく、顧客の意向把握を前提に、推奨理由の合理性・透明性を高め、誠実公正義務の実効性を確保することを目的としており、その趣旨を踏まえた運用がなされるべきと考えます。
237.	Ⅱ－4－2－9(5)	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」で議論された「顧客が重視する項目を丁寧かつ明確に把握した上で、 顧客の意向に沿って保険商品を絞り込み、推奨すること」に沿った保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする。)の廃止については十分理解し、全く妥当であると受け止めている。 一方で、ハ方式の廃止に伴って、同号イ又は同号ロを採用することにより、保険業界全体で必要以上の業務量増加となることを懸念している。	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売に係る体制整備については、顧客の最善の利益を勘案しつつ、顧客の適切な商品選択の機会を確保するため、乗合代理店の規模や業務特性等に応じて、自社の募集実務や募集形態等を踏まえた適切な比較推奨販売が実施されるよう実効的な体制が整備されることが重要であり、監督指針は、一律かつ画一的な対応や過度な実務上の負担を求める趣旨ではありません。 また、保険募集人(乗合代理店)には、法令に基づき、自らの所属保険会社等の保険商品について、顧客の最善の利益を勘案しつ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		特に、保険代理店における作業工数の増加及びその証跡の確保・管理等は、保険代理店のコスト増加につながることが想定され、ひいては代理店を管理する保険会社にとってもコスト増となり、最終的に保険購買者(契約者)の保険料負担増につながるおそれがある。 上記ワーキング・グループで議論された「顧客本位の業務運営の徹底」は論を俟ちませんが、そのために過剰な業務負担を課すことは保険業界全体の効率性向上の足かせとなる可能性があり、保険契約者(契約者)のコスト負担増、ひいては日本の保険業界の健全な成長にとっても望ましくないものと思われる。 以上を踏まえ、保険代理店における業務効率を勘案の上、弾力的かつ具体的なルールの策定・運用を保険会社に求めていただきたい。	つ、公正な保険募集を行うことが求められています。そのため、保険契約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った体制整備を図ることが必要と考えます。
238.	Ⅱ－4－2－9(5)	本改正が顧客本位の業務運営と健全な競争確保を目的とする点には賛同するとともに、法人・団体契約における比較推奨販売で推奨理由や判断基準の明確化を求める方向性は妥当である。 一方、個人顧客や一部中小法人では知識・理解度やニーズが多様であり、すべての個人契約に対し同一水準の比較説明、推奨理由の詳細化、記録・証跡保存等を求めることは実務負担が大きく、説明の分かりにくさや形式化を招くおそれがあるため、個人契約については、顧客の意向や理解度に応じた柔軟な対応を明確化すべきである。	
239.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売の実務においては、顧客のニーズや置かれ	今般の改正の趣旨は保険業法に基づく意向把握を前提として、

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		た状況(時間的制約等)を踏まえ、画一的な対応ではなく、柔軟に対応できる手法を認めるべきである。	顧客の意向等に照らし適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 「柔軟に対応できる手法」が何を指しているか明らかではありませんが、たとえ、保障(補償)内容や保険料水準の差異がほとんどない場合であっても、当該差異が、顧客の意向となることは考えられます。したがって、「時間的制約」を理由に、Ⅱ―4―2―9(5)に則した適切な販売を行わないことは、不適切であると考えます。 保障(補償)内容や保険料水準の差異が限定的である場合には、例えば、その点を含めて顧客に説明した上で、顧客の理解や意向に沿い、説明や比較の範囲を工夫するなど、顧客の最善の利益に資するよう実効的な対応を図ることも考えられます。
240.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較表の位置づけについては、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」で一定の考え方が示されているにもかかわらず、実務上、保険会社との関係において、比較表の作成や顧客への提示自体を認めてもらえない場合がある。 保険会社が、保険募集人に対する教育・指導・管理を通じて適切な比較推奨販売を確保すべき立場にあることは理解しているが、比較表の内容について保険会社と合意が得られれば、比較表の作成および顧客への提示は認められるとの理解でよいか。	「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.406～411においても、顧客に分かりやすい説明を行うための説明補助資料として、比較推奨販売の際に比較表を活用すること自体は否定されていません。 監督指針においては、比較表の作成や記載項目を一律に義務付けるものではなく、比較表の内容や使い方が不適切となり、誤認を招くおそれがないかについて、保険会社が募集管理態勢の一環として確認・指導する責任があることを前提としています。 したがって、比較表の商品説明に関わる内容については、各保険会社と十分に協議・合意がなされた上で、顧客の意向や商品の特性を踏まえた適切なものとして作成できると代理店が判断し

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			た場合には、比較表を作成し、顧客への説明に用いること自体が否定されるものではありません。
241.	Ⅱ－4－2－9(5)	本改正は、保険募集の誠実性を高め、顧客が安心・納得して保険加入できる環境を整備し、保険募集の質を向上させるものとして評価している。 その上で、比較推奨販売において、比較表は顧客にとって分かりやすい有効な説明補助資料であり、一定の表項目(基本補償、特約、保険料、算定条件等)を整理・共通化することで募集品質の均一化が図られると考えるが如何か。	比較推奨販売において比較表を用いることは、顧客の理解を助ける選択肢の一つであり、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」でも示しているとおり、保険契約の特性や顧客の立場を踏まえた適切な方法が用いられることが重要です。 他方、監督指針は、比較表の項目を一律に規定することを求めるものではなく、顧客の意向や保険商品・種目の特性に応じて、判断に重要な事項を分かりやすく示すことを重視しています。 保険会社・代理店においては、算定条件等の前提も含め、顧客に誤認を生じさせない説明がなされるよう、実効性ある運用を図ることが求められます。
242.	Ⅱ－4－2－9(5)	推奨販売においては、保険会社ごとに補償内容やシステムが異なる中で、顧客の要望が「保険料の安さ」であった場合、細かい違いを金額に置き換え説明することは現実的に難しいと思われ更にお客様も理解に苦慮することが想定される。 その結果、顧客の要望に十分応えられない事態が生じる可能性があるため、商品内容やシステムの違いを踏まえ、説明はできる限りシンプルであるべきである。	今般の改正の趣旨は保険業法に基づく意向把握を前提として、顧客の意向等に照らし適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 「細かい違いを金額に置き換え説明することは現実的に難しいと思われ」が何を指しているか明らかではありませんが、たとえ、保障(補償)内容や保険料水準の差異がほとんどない場合であっても、当該差異が、顧客の意向となることは考えられます。 したがって、「細かい違いを金額に置き換え説明することは現実的に難しいと思われ更にお客様も理解に苦慮することが想定される」ことを理由に、Ⅱ―4―2―9(5)に則した適切な販売を行わないことは、不適切であると考えます。 保障(補償)内容や保険料の差異が限定的である場合には、例え

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			ば、その点を含めて顧客に説明した上で、顧客の理解や意向に沿い、説明や比較の範囲を工夫するなど、顧客の最善の利益に資するよう実効的な対応を図ることも考えられます。
243.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客は、保険加入に際して、複数の代理店の中から信頼できる代理店や保険募集人を選択しており、その代理店が実績や経験を有する保険会社の商品を推奨することは、安定的なサービス提供や適切な事故対応等の観点から、顧客の最善の利益に資する場合もあるのではないか。	顧客の最善の利益を勘案するに当たっては、保険業法に基づき、顧客の意向を丁寧に把握した上で、その意向に照らして合理的な商品選択が行われていることが前提となります。 合理的な商品選択と言えるためには、金融サービス提供法に基づく顧客の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の趣旨に照らし、当該契約が顧客の意向・利益にどのように資するのかについて、合理的な理由とともに説明できる必要があると考えます。 比較推奨販売においては、乗合代理店や保険会社の都合による選別とならないよう留意しつつ、意向把握・確認義務および最善利益勘案義務を踏まえた、客観的かつ合理的な基準に基づく推奨が行われることが重要であると考えます。
244.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針 II－4－2－9(5)①A.(b)において、「正確な判断を行うに必要な事項を包括的に」示すとされているが、実務上、どの程度までの情報提供を求めているのか、その具体的な水準や範囲が分かりにくいため、明確にしてほしい。	「正確な判断を行うに必要な事項を包括的に示す」とは、網羅的・一律な情報提供を求めるものではなく、顧客の意向や関心事項を踏まえ、判断に影響を与える重要な情報について、過不足なく分かりやすく示すことを趣旨としています。 具体的には、比較の前提となる基準、主な商品内容や留意点等について、顧客が合理的に判断できる説明がなされていることが求められています。
245.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨の名の下に複数の商品を提示し、最終判断を顧客に委ねる募集手法は、専門職である代理店・保険募集人の責任を十分に果たしているとは言えず、保険募集人は、	比較推奨販売においては、単に選択肢を提示することでは足りず、顧客の意向を丁寧に把握した上で、合理的な基準と理由に基づき商品を提示・推奨し、その内容を分かりやすく説明すること

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		顧客の状況やニーズを踏まえ、専門的知見に基づいて最適な商品を理由とともに推奨すべきであり、判断をすべて顧客に委ねることが真に顧客本位かは慎重に検討すべきである。	が重要であり、保険募集人の専門的知見と説明責任が適切に発揮されるべき必要があるものと考えます。
246.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険会社がネット型保険を直接取り扱いしていることから、代理店で保険に加入を希望するお客様にとって、保険会社間で商品内容や保険料に大きな違いはないが、顧客の最善の利益をどのように考えているか。	ご意見の趣旨が明らかではありませんが、顧客の最善の利益を勘案するに当たっては、保険料や保障(補償)内容の差異のみに着目するものではなく、保険業法に基づく意向把握を踏まえ、顧客が何を重視しているかに照らして適切な選択がなされているかを総合的に考慮することも必要と考えます。 また、商品間の差異が限定的な場合についても、顧客が特に重視する事項などを丁寧に把握し、必要性の高い範囲で比較・説明を行うなど、実効性を重視した対応が求められており、形式的な比較によって顧客利益を損なうことがないよう、実態に即した運用が重要であると考えます。
247.	Ⅱ－4－2－9(5)	今回の比較推奨販売に関する制度見直しについて、その趣旨については一定程度理解しているものの、「二以上の保険会社等から引き受ける保険契約を取り扱う保険媒介業者が、取り扱う複数の保険契約の契約内容を比較して説明する場合」の解釈について、なお疑義が残ると考えている。 本改正の最大の趣旨は、「顧客の最善の利益」を確保することにあると認識している。一方で、保険募集人が十分に習熟していない保険商品について説明を行うことは、保険募集人の負担を増加させるのみならず、誤った説明や不適切な事務処理を招くおそれがあり、結果として顧客の利	保険募集人(乗合代理店)には、法令に基づき、自らの所属保険会社等の保険商品について、顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められています。そのため、保険契約者等の保護の観点から、乗合代理店から専属代理店への移行や乗合の保険会社数を限定するなど、保険会社との委託契約の見直しを含め、自らの規模や業務特性に見合った体制整備を図ることが必要と考えます。 また、保険会社と保険代理店の関係については、過度の便宜供与や不適切な出向によって、顧客の適切な商品選択の機会が阻害されないよう留意しつつ、法令に基づく教育・管理・指導を通じて、公正な保険募集と顧客本位の業務運営を確保することが重要

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		益を損なう可能性が高いと考える。 保険募集の品質を維持・向上させるためには、商品知識および事務スキルの習熟が不可欠である。保険会社ごとにシステムや事務ルールには大きな差異があり、不慣れな保険募集人による手続きは、募集品質の低下を招くおそれがある。 乗合代理店において、取扱可能なすべての保険会社の商品・事務に対応することを求めることは、保険募集人の負担を過度に増加させ、結果として募集品質の低下、ひいては顧客が「最善の利益」を享受する機会の喪失につながるものと考える。 そもそも当社における取引損害保険会社の選定基準は、ブランド保険(メーカー固有の付帯サービスを含む)が顧客利益の最大化に資するか否かに大きく依存しており、ブランド保険の取扱いに当たっては、特定の保険会社との取引が不可欠となる。 当社のように法人として複数のブランド(メーカー)を取り扱い、店舗ごとに取り扱うブランドが異なる場合には、店舗単位で取扱保険会社を選定することが、募集品質を最大限に高め、効率的かつ顧客の最善の利益に資するものと考える。 現行の法人単位での代理店登録を前提とした場合、必然的に乗り合いが求められ、取扱可能なすべての保険会社の商品・事務知識の習得が募集人の負担を増加させ、募集品質の低下や非効率な運用を招くおそれがある。	と考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		また、当社では顧客のカーライフ全体を支えるサービス提供を重視しており、保険商品についても、顧客が詳細な比較を望まない場合には、信頼できる保険募集人による提案に委ねる顧客が多いのが実情である。乗り合いだけを前提とした複数商品の説明は、募集時間の長期化を招き、顧客の負担となるケースも少なくない。 以上を踏まえ、改正案における乗合代理店の場合の「顧客の意向に沿った保険契約の選別」の解釈については、一定の幅を持たせ、会社方針(ブランド保険取扱いに基づく保険会社選定等)を踏まえた運用を可能とするガイドラインを提示頂くなど明確化を強く要望する。	
248.	―	本改正は保険会社・保険代理店・金融サービス仲介業者を対象としているが、募集関連行為の委託先である送客サイトが改正内容に対応していない場合、当該サイトを利用する限り、これらの主体は法令違反となるおそれがあるため、送客サイトの利用停止まで求められるのではないかとの懸念がある。 また、送客サイトが規制対象外となると、利用者にとって保険代理店と送客サイトの区別が困難であり、本改正の趣旨や意義が顧客に十分伝わらない可能性がある。	保険会社、保険代理店等が行う保険募集および「募集関連行為」(Ⅱ－4－2－1(2))については、例えば、送客サイト等の外部委託先が行う行為が募集関連行為に該当する場合には、当該行為が保険募集と一体として適切に管理され、法令遵守が確保されていることが必要であり、保険会社等には委託先の業務内容に応じた管理・監督責任が求められます。 保険会社、保険代理店等においては、顧客が保険募集と誤認することのないよう留意しつつ、募集関連行為の内容や態様を踏まえ、委託関係や運用の見直しを含め、適切な対応を行うことが重要です。
249.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険料水準を基準として比較説明や推奨販売を行う場合、誤った比較表示(保険業法第300条第1項第6号)に該当しないための具体的な基準を明確にしてほしい。 例えば、顧客の意向が保険料水準にある場合に、顧客属	保険料水準を基準として比較説明又は推奨販売を行う場合には、前提条件や算出方法が適切に整理され、顧客に誤認を生じさせない表示・説明となっていることが重要であり、保険業法第300条第1項第6号及びⅡ－4－2－2(9)②に基づき、個別具体的に判断

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		性や保険金額等を同一条件とした保険設計書に基づき比較、又は特定商品を推奨することは、誤った比較表示に当たらないと理解してよいかを確認したい。	する必要があります。 ただし、比較の前提や算出条件について十分な説明がなされていない場合や、特定の条件のみを強調することにより、顧客に一般的な優位性があると誤認させるような表示・説明は、同条の趣旨に照らし適切でないことから、監督指針に基づき、顧客の理解を確保する丁寧な説明が求められます。 なお、ご質問にある「特定商品を推奨」するケースにおいては、とりわけⅡ―4―2―9(5)①B.(a)に留意する必要があります。
250.	Ⅱ－4－2－9(5)	代理店手数料が保険商品の販売量等に応じて変動する「代理店手数料ポイント制度」の存在は、業務品質を重視する建付けであっても、特に小規模な乗合代理店に対し、実質的に特定保険会社の商品販売を誘引するインセンティブとして働きかねず、その下では、代理店が比較推奨販売を顧客本位かつ適切に行っているかを確保・確認することが困難ではないか。	代理店手数料の算出方法に関しては、　Ⅱ－4－2－14において、保険代理店における保険募集に関する業務の健全かつ適正な運営を阻害する不適切なインセンティブを与え、不適切な保険募集を誘引することがないよう求めています。 加えて、比較推奨販売の適切性を確保する観点からも、乗合代理店においては、代理店手数料ポイントの多寡によらず、顧客の意向に沿った適切な推奨販売が行われていることを事後的にモニタリングできる態勢を構築することが重要です。
251.	―	本改正案では、乗合代理店に対し「顧客の最善の利益を勘案」した比較推奨を求めているが、保険代理店は保険会社の代理人であり、独立した立場でベストアドバイス義務を課されている保険仲立人とは法的性質が異なると理解している。 本規制の導入により、実務上、乗合代理店に保険仲立人と同等の義務が課されるようにも見受けられるが、金融庁として、乗合代理店と保険仲立人の役割・義務の違いをどのように整理し、運用していく方針か、見解を示していた	本改正は、保険代理店と保険仲立人の法的な位置付けや役割の違いを変更するものではありません。 保険仲立人が保険契約の締結の媒介を行う者として保険会社から独立した立場から顧客に助言するのに対し、保険代理店は引き続き保険会社の代理人として保険募集を行うという基本的な構造に変更はありません。 その上で、金融サービス提供法に基づく誠実公正義務(顧客の最善の利益勘案義務)は、金融事業者の行動規範として、募集行為全般に適用されるものであり、乗合代理店に対しても、自らの立

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		だきたい。	場を明示した上で、顧客の意向や事情に照らし、合理的な理由に基づいて商品を選別・推奨しているかが問われるものです。 これは、保険仲立人に課される保険業法第299条に基づく義務と同様の義務を課す趣旨ではなく、保険代理店としての立場を前提に、顧客の意向把握・確認義務を踏まえつつ、顧客の最善利益勘案義務を履行するために顧客が重視する事項に基づく適切な商品の選別・推奨がなされているかを確認するものであり、当該趣旨を踏まえた運用を行ってまいります。
252.	Ⅱ－4－2－9(5)	自動車保険は主要な補償内容が各社で大きく異ならず、特約や保険料にも決定的な差が少ない中、各社の保険料試算に多くの時間と工数をかけても、顧客が期待するほどの商品差異が提供できない場合がある。 そのような状況で、形式的に比較推奨販売を行うことが、果たして顧客本位といえるのか。	今般の改正の趣旨は保険業法に基づく意向把握を前提として、顧客の意向等に照らし適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 「顧客が期待するほどの商品差異」が何を指しているか明らかではありませんが、たとえ、保障(補償)内容や保険料水準の差異がほとんどない場合であっても、当該差異が、顧客の意向となることは考えられます。したがって、「顧客が期待するほどの商品差異」に基づく提案をできないことを理由に、Ⅱ―4―2―9(5)に則した適切な販売を行わないことは、不適切であると考えます。 保障(補償)内容や保険料水準の差異が限定的である場合には、例えば、その点を含めて顧客に説明した上で、顧客の理解や意向に沿い、説明や比較の範囲を工夫するなど、顧客の最善の利益に資するよう実効的な対応を図ることも考えられます。
253.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売の適正化に係る監督指針の運用については、顧客の意向を十分に踏まえる一方で、顧客と代理店双方に大きな負担を与えないような運用を行うことが必要である。	今般の改正の趣旨は保険業法に基づく意向把握を前提として、顧客の意向等に照らし適切な商品選択の機会を確保する点にあります。 「簡素な説明」が何を指しているか明らかではありませんが、

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		監督指針 II－4－2－9(5)B.において「乗合代理店が二以上の比較可能な同種の保険契約の中から、顧客の意向に沿って保険契約を選別することにより、保険契約を提示・推奨しようとする場合には、保険業法施行規則第227条2第3項第4号ロの規程の趣旨を踏まえた上で、保険募集の実務や募集形態等に応じて…」とあるが、顧客が簡素な説明を希望する場合、当該提案・推奨する保険契約の概要や契約内容を説明するものとして、保険会社が作成するパンフレット等を提示して、必要に応じて補償内容や保険料水準等の要点を補足することで足りるか。	顧客の意向に整合的な形で、当該保険契約を選別・推奨する理由が合理的に説明できること、また、顧客の理解と納得を得られる実効的な募集が行われていることが重要であると考えています。
254.	Ⅱ－4－2－9(5)	日本損害保険協会の「保険加入に関する消費者アンケート」によれば、自動車保険の商談時間は30分以内が適切と考える消費者が7割近くを占めている。今回の監督指針改正により、保険商品の説明のために顧客を長時間拘束するようなことになれば、顧客の負担も増大し、顧客本位の業務運営とはならない可能性も高い。短時間で簡潔な説明を求めるということも顧客の大切な意向の一つであることに留意すべきである。今回の改正指針の運用により、これまで以上に丁寧に顧客の意向を把握するとしても、全ての顧客に長時間の説明を行うことを求めるようなこととせず、顧客の希望を踏まえた効率的かつ簡潔な比較推奨販売ができるような運用とすべきと考えるが、金融庁の見解をご教示いただきたい。	
255.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険加入に際し、顧客の意向確認ステップを確実に踏むことを前提としつつ、顧客意向確認に過度に固執すること	比較推奨販売においては、顧客の意向を適切に把握・確認することが前提となりますが、顧客に過度な負担を課すような画一

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		により、顧客に課す負担を逆に増大させることは避けるべきと考える。 一定のステップを踏んだ上で、「最終的に保険会社選択に当たっての明確な顧客意向が無い」というケースも想定した上での社内規則策定が必要であると考える。	的・網羅的な確認を一律に求めるものではありません。 顧客の意向が不明確な場合には、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 その上で、明確な意向がなお確認できない場合の対応について、社内規則等において、追加確認の方法、比較説明への切替え、提示・推奨理由の説明、記録・検証方法等を定めることは有効な取組みと考えられます。 ただし、顧客の意向が不明確であることを理由に、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
256.	Ⅱ－4－2－9(5)	意向把握義務における当初意向を把握できた顧客に対して、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)第1段落に沿って当該顧客の意向を確認した際に、「全て貴社にお任せする」という反応を示す顧客(かかる顧客は意向が不明確な顧客と理解している。)は、ごく少数ながら存在する。 その際、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)に沿って、顧客が特に重視すると考えられる事項を例示するなどして、可能な限り顧客の意向を把握することに努めるが、それでもなお、顧客から、例えば「とにかく貴社にお任せするので、何らか具体的な提案をしてほしい」などという反応が示される場合(かかる顧客は意向が不明確な顧客と理解してい	顧客が「全て任せる」、「具体的な提案をしてほしい」などと述べた場合であっても、その意思表示のみをもって、乗合代理店が任意に特定の保険会社又は特定の保険契約を選別し、提示・推奨することは適切ではありません。 当該意思表示がされたことを踏まえつつ、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 その上で、顧客の意向や募集実態に応じて、Ⅱ－4－2－9(5)①

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		る。)が、さらにごく少数ながら存在する。 　その場合、意向把握義務における当初意向以上に監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)第1段落に定める顧客の意向に沿った保険契約を選別できないので、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)第2段落に定める特定の保険契約を推奨せざるを得ないという理解でよいか。 　なお、顧客の意向が不明確な場合であっても、顧客が特に重視すると考えられる事項の例示を工夫するなどして、できる限り顧客の意向に沿って保険契約を選別できるよう努めることは、当然の前提と理解している。	A.に基づき複数の保険契約を比較説明すること、又は同①B.に基づき「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨することが考えられます。 　上記の対応等をしたものの明確な意向がなお確認できない場合に、顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨するためには、顧客の理解度や負担にも配慮しつつ、それまでに把握した顧客の当初意向、顧客属性、加入目的、既加入契約、保険料水準、必要と考えられる保障(補償)内容等を踏まえて、顧客の最善の利益を勘案し、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を提示・推奨することが考えられます。 　ただし、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。また、意向把握、例示、提示・推奨の理由、顧客への説明内容等について、事後的に確認・検証できるよう記録することが重要です。
257.	―	意向確認について、顧客が代理店に一任するとの意向の場合、比較推奨を行う必要はないと考えてよいか。	
258.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客から「乗合代理店がおすすめする保険会社でよい」という意向を示した場合、乗合代理店が保険料、補償内容、アフターサービス等を勘案し、特定の保険会社を選定し1社提案してよいという理解でよいか。	
259.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客から「他社提案不要」や「1社提案でよい」という意向を示した場合、乗合代理店が特定の保険会社を選定してよいという理解でよいか。	
260.	Ⅱ－4－2－9(5)	自動車ディーラー代理店における保険募集は、自動車購入という主たる取引に付随して行われ、当該取引により構築された信頼関係を前提に行われることが多い。このため、多くの顧客は特定の保険会社を選ぶことよりも、手続きや比較検討の煩雑さを避け、代理店に任せたいという意	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		向を持っていると考える。 　ついては「保険会社はどこでもよい」、「すべて任せたい」といった顧客意向が示された場合の対応について見解を伺いたい。	
261.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客が「保険会社にこだわりがない」、「代理店に任せる」という意向の場合など、当初から保険の加入については代理店の勧める保険会社及び保険契約で良いという意向が明確な顧客には、保険募集人の判断で保険会社・保険契約を絞り込み、商品の概要と推奨理由を説明することで足りるという理解でよいか。	
262.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)に記載のように努めたものの、それでもなお顧客から「よくわからないから、おすすめをしてもらいたい」などと言われるなど、顧客の意向が不明確な場合(それ以上は顧客の意向に基づいて絞り込むことが難しく、あえて質問をして絞り込もうとすると誘導になりかねない場合)には、それまでに確認した顧客の意向との対応関係や顧客の最善利益を十分考慮のうえ、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)により、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説明(補償内容などの商品特性等に関する説明)を行うことによって、提示・推奨する保険契約を絞り込むという理解でよいか。	
263.	Ⅱ－4－2－9(5)	「顧客の求めに応じて契約内容並びに当該提示・推奨する基準や理由等を説明しているか」とあるが、顧客の求めが無い場合、つまり顧客がはっきりと「代理店に任せる」	「顧客の求めに応じて」とは、主として契約内容の詳細説明についての記載であり、特定の保険契約を提示・推奨する基準や理由等の説明まで、顧客の求めがある場合に限る趣旨ではありませ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		と申し出た場合等、には提示・推奨の理由の説明は不要という理解でよいか。	ん。 　したがって、乗合代理店が「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から、顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨する場合には、顧客の求めの有無にかかわらず、当該提示・推奨する基準や理由等を説明する必要があります。 なお、ご意見を踏まえ、Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)を一部修正しました。 　また、顧客が「代理店に任せる」と述べた場合であっても、その意思表示のみをもって、意向把握や提示・推奨理由の説明が不要となるものではありません。当該意思表示がされたことを踏まえつつ、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 　なお、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
264.	Ⅱ－4－2－9(5)	「代理店にお任せする」、「募集人のおすすめでよい」と言われた場合も、決められたプロセスに則り、顧客の意向を確認し、例外なく推奨販売を行う必要があるのか。重視するポイントの選択肢に、代理店のおすすめ・お任せなどの項目を含め、これを選択された場合は、推奨の理由・根拠を明示したとしても保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロの趣旨に反するのか。	顧客が「代理店に任せる」、「募集人のおすすめでよい」と述べた場合であっても、その意思表示のみをもって、乗合代理店が任意に特定の保険会社又は特定の保険契約を選別し、提示・推奨することは適切ではありません。 　当該意思表示がされたことを踏まえつつ、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 　重視するポイントの選択肢に、保険募集人の主観的又は属人的な判断に基づき「代理店のおすすめ」、「お任せ」等を設けて特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。保険契約の推奨理由は、上記の確認等を通じて把握した顧客の意向との関係で具体的に説明する必要があります。 　また、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
265.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロを採用した場合、例えば、顧客が火災保険の加入を希望しながらも細かな意向がなく、代理店へ一任したいとされた場合には、どこまで意向の把握が必要になるのか伺いたい。	顧客が火災保険への加入を希望しつつ、「代理店に一任したい」と述べた場合であっても、その意思表示のみをもって、乗合代理店が任意に特定の保険会社又は特定の保険契約を選別し、提示・推奨することは適切ではありません。 　当該意思表示がされたことを踏まえつつ、建物・家財等の保険対象、保障(補償)範囲、保険金額、保険料水準、地震保険の要否等、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 　なお、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
266.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向に沿って複数の保険契約について丁寧に比	複数の保険契約について説明した結果、顧客が「有意な差がな

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		較説明したのち、「それぞれの商品の商品特性や保険料水準に有意な差がないので代理店に任せる」という意向の顧客には、保険募集人の判断で特定の保険契約に絞り込み、その理由と商品の内容を説明して推奨できるという理解でよいか。 その際、例えば、当該代理店店舗で最も多くの顧客に選択されている販売実績の多い商品に絞り込んで、その優位性を説明しつつ推奨することはさしつかえないか。	いので代理店に任せる」と述べた場合であっても、その意思表示のみをもって、乗合代理店が任意に特定の保険会社又は特定の保険契約を選別し、提示・推奨することは適切ではありません。 当該意思表示がされたことを踏まえつつ、既に把握した顧客の意向、保障(補償)内容、保険料水準等との関係で、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき説明する必要があります。 販売実績は、販売方針、手数料水準、保険会社からの便宜供与、過去の推奨方法等の影響を受け得るため、それのみを主たる理由として特定の保険契約を推奨することは適切ではありません。 特に、乗合代理店が販売実績等の情報を用いて特定の保険契約を推奨する場合において、当該情報が、例えば、従前、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハに基づき、乗合代理店の店舗ごとに異なる保険会社の保険契約を取り扱っていたことを前提として、特定の保険契約を推奨するような資料や数値に基づくものであるときは、結果として、恣意的な選別・推奨と評価されるおそれが高いことに留意する必要があります。 販売実績を用いる場合には、集計期間、対象契約、対象顧客、件数、集計方法・評価方法等の合理性を適切に判断した上で、それらを明確にし、顧客に誤認を与えず、恣意的な誘導とならないよう、事後的に確認・検証できる態勢を整備することも重要です。
267.	ー	比較推奨販売における「事前の顧客意向確認」の義務化について、保険商品、特に医療保険など第三分野の専門性・複雑性を踏まえると、画一的な運用には課題がある。 実務では多くの顧客が事前に明確な意向を持たず、専門	乗合代理店が比較推奨販売を行う場合には、顧客の意向を適切に把握した上で、当該意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨する必要があります。 一方で、例えば、医療保険等の商品特性に照らし、顧客の意向

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		家による情報提供を受けて初めて自らのニーズを形成するのが実態であり、形式的な意向確認を強制すると、かえって顧客本位に反する結果となりかねない。 　このため、商品特性に応じて、専門家が情報提供を行いながら顧客の意向形成を支援するプロセスや、全体像を示した上で段階的に選択肢を絞り込む「アウトライン提示型販売」を明確に容認し、その過程を合理的に記録・検証する柔軟な運用を求める。 　こうした整理により、形式主義を排しつつ、顧客理解に基づく真の意向形成と実効性ある顧客保護、現場実務との整合を両立させることができる。	が当初から明確でない場合には、保険募集人が、顧客の属性等を踏まえて、想定されるリスクや保険が果たす役割等を説明した上で、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 　ただし、意向形成支援や選択肢の提示を名目として、比較推奨販売の対象を狭める目的で顧客の意向を恣意的に誘導したり、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。 　また、意向把握・意向形成支援の過程、提示・推奨の理由、顧客への説明内容等について、事後的に確認・検証できるよう記録・管理することも重要です。
268.	―	推奨販売にあたり、顧客の意向が不明確な場合、保険募集人や乗合代理店は、補償範囲や保険料の違い、事故対応・アフターフォロー等、顧客が重視すると思われる事項を丁寧に例示することによって、顧客自身が加入する契約を選定するサポートをすることが大切であり、その観点から、顧客が選定に至るプロセスは一律に決められるものではないとの理解でよいか。	顧客が保険契約を選定するプロセスの適切性は、募集形態、顧客の理解度・意向等を踏まえ、個別具体的に判断されます。 　顧客の意向が不明確な場合には、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 　なお、上記の確認や意向形成支援に際して、比較推奨販売の対象を狭める目的で顧客を誘導したり、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することがないよう留意する必要

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			があります。
269.	Ⅱ－4－2－9(5)	新規加入提案の意向確認において、最初から顧客による損害保険会社の指定があった場合や「保険のことはよくわからないからお勧めする損害保険会社でお願いしたい」という意向が示された場合、どのように対応すればよいか。	保険募集人による保険契約の選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、顧客から特定の保険会社又は特定の保険契約が指定され、その結果、一の保険契約が選択された場合には、直ちに保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロに係る対応が必要となるものではありません。 ただし、その場合でも、保険業法に基づく権限明示、意向把握・確認、重要事項説明等の保険募集上必要な対応は適切に行う必要があります。 一方で、顧客が「保険のことは分からないので、おすすめの損害保険会社でよい」と述べた場合には、その意思表示のみをもって、代理店が任意に特定の保険会社又は特定の保険契約を選別し、提示・推奨することは適切ではありません。 このような場合には、当該意思表示がされたことを踏まえつつ、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 なお、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
270.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)にあるように、顧客の意向が不明確な場合であっても、例えば、顧客が特に重視すると考えられる事項を例示するなど、可能な限り顧客の	ご理解のとおりです。 顧客の意向が不明確な場合には、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		意向を把握する。 　その上で、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①A.複数の保険契約の内容を比較して説明する、もしくは監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.二以上の比較可能な同種の保険契約の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨する、という対応を実施することが考えられる、という理解でよいか。	めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 　その上で、顧客の意向や募集実態に応じて、Ⅱ－4－2－9(5)①A.に基づき複数の保険契約を比較説明すること、又は同①B.に基づき「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨することが考えられます。 　なお、顧客の意向の内容や変化に応じて、保険契約の選別が複数回行われることもあり得ます。その場合でも、各段階において、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき説明する必要があります。 　また、比較推奨販売の対象を狭める目的で顧客の意向を恣意的に誘導し、又は手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
271.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客が特に重視すると考えられる事項とは、どのようなものがあるか例示いただきたい。	Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)の「顧客が特に重視すると考えられる事項を例示する」とは、顧客の意向が不明確な場合に、顧客の意向形成又は顧客の意向の明確化を促すための方法の一つです。 　その際には、当初把握した意向、顧客属性、取扱商品、募集形態等を踏まえつつ、商品特性や保険料水準等、顧客の適切な商品選択に資する事項を例示することが考えられます。 　また、消費者一般又は自社顧客の平均的・一般的傾向を参考に、顧客が重視し得る事項を例示すること自体は否定されませんが、当該例示は、個別顧客の意向把握に代替するものではなく、顧客の意向形成又は明確化を支援するためのものです。
272.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客が特に重視すると考えられる事項の例示について、恣意的に特定の保険契約へ誘導する意図なく、消費者や自社顧客の平均的・一般的傾向に基づいて例示することは認められるか。	
273.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)について、顧客の意向に沿って保険契約を選別する場合、意向が不明確であれば、当初の意向の事項に沿って例示し、特に重視する事項を可能な限り把握するという理解でよいか	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
274.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客に明確な意向がない場合でも、顧客の契約判断において重要と思われる項目を中心に説明し、比較推奨販売を実施すべきと考えるが、その認識で相違ないか。 また、重要と思われる項目には「保険料」も含まれる想定であるがその認識で相違ないか。	その上で、把握した顧客の意向に沿って、顧客の最善の利益を勘案しつつ、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨する必要があります。 なお、例示する事項やその提示方法に関して、顧客の意向を恣意的に誘導したり、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合や保険募集人の主観的又は属人的な理由により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
275.	Ⅱ－4－2－9(5)	「顧客が重視する事項」は、顧客の意思が明らかな場合はそれを採用し、顧客の意思が不明確な場合は、一般的に「顧客が重視するであろう」項目をあらかじめ社内ルールで定め(列挙し)、これに基づき提示・推奨すればよいという理解でよいか。	顧客が重視する事項が明確である場合には、当該意向を踏まえて保険契約を選別し、提示・推奨する必要があります。 一方で、顧客の意向が不明確な場合には、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り顧客の意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めることが重要です。 そのため、社内規則等において、商品特性、保険料水準、保障(補償)内容等、顧客が重視し得る事項をあらかじめ整理しておくことは有効な取組みと考えられます。 ただし、当該項目は、顧客の意向を適切に把握するための補助であり、保険募集人は、把握した顧客の意向に沿って、顧客の最善の利益を勘案しつつ、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨する必要があります。当該項目の定めに基づき機械的に特定の保険契約を提示・推奨することや、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により誘導することは適切ではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
276.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向が不明確な場合に例示する、特に重視すると考えられる事項は、社内規則等に定めることも許容され、社内規則等に定めず個々の顧客とのやり取りを踏まえて保険募集人の判断によって例示する事項を決めることも許容されるという理解でよいか。	顧客の意向が不明確な場合に、顧客が特に重視すると考えられる事項や、その例示方法等を社内規則等に定めることは、保険募集人への周知、教育・管理・指導、恣意的な運用を防止する観点から有効な取組みと考えられます。 また、取扱商品、募集形態、顧客属性、リスクの状況、顧客とのやり取り等を踏まえ、保険募集人が個別具体的に例示事項を判断することも直ちに否定されるものではありません。 ただし、その場合でも、保険募集人ごとの属人的・恣意的な判断により特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することのないよう、意向把握の方法、例示事項、説明内容、記録・検証方法等について、乗合代理店として適切に管理する必要があります。 なお、当該例示や意向形成支援が、比較推奨販売の対象を狭める目的で顧客の意向を恣意的に誘導したり、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
277.	－	顧客が特に重視すると考えられる事項の例示については、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)(注3)に留意しつつ、代理店の判断で例示をするということでよいか。また、この例示については、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)②ア.で定める社内規則等に規定する必要があるか。	顧客が特に重視すると考えられる事項の例示については、取扱商品、募集形態、顧客属性、顧客とのやり取り等を踏まえ、顧客の適切な商品選択に資するよう代理店において適切に判断することが考えられます。 その際には、商品特性、保険料水準、保障(補償)内容等、顧客の適切な商品選択に資する事項を客観的に示し、顧客の意向形成又は意向の明確化を促すことが重要です。 また、当該例示が、特定の保険会社又は特定の保険契約への恣

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			意的な誘導とならないよう留意する必要があります。 社内規則等には、例えば、顧客意向が不明確な場合の対応方法、例示する事項の考え方、追加確認の方法、記録・検証方法等を定め、保険募集人への教育・管理・指導を行うことが有効と考えられます。
278.	ー	販売方針に関して、高騰する保険料を背景に、顧客の主な関心が補償内容よりも保険料にあるケースが多い中、保険料の安い保険を求める意向が示された場合、全取扱保険会社の見積を提示する必要があるのか。 顧客意向に基づき、例えば「現在契約中の保険会社」、「保険料が高い保険会社」、「保険料が安い保険会社」の3社に絞った提案を行い、意向把握の記録を残すことで足りるのではないか。全社見積は実務的・収支的に困難と考える。 また、日本の保険会社がよいといった顧客意向がある場合、より安価な外資系商品をあえて案内しないケースもあり得る点や、顧客意向の判断が社員ごとに曖昧になるケースがあるところ、意向把握の基準について考えを示されたい。	乗合代理店が比較推奨販売を行うに当たり、全ての案件について、全ての取扱保険会社の商品を網羅的に見積り・説明することを一律に求めるものではなく、代理店の規模・業務特性、募集形態、取扱商品、顧客の意向等を踏まえ、実効的な態勢を整備することが重要です。 適切な意向把握の方法等については募集形態や顧客の属性等を踏まえて個別具体的に判断されるため、一律の基準を示すことは困難です。例えば、「日本の保険会社がよい」といった意思表示のみからは、商品特性や保険料水準等の適切な商品選択の機会の確保に資する事項に係る顧客の合理的な意向を十分に把握することは困難であると考えられます。 そのため、当該意思表示がされたことを踏まえつつ、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 なお、保険募集人や乗合代理店が、比較推奨販売の対象を狭める目的で顧客の意向を恣意的に誘導したり、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
279.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向が不明確な場合でも「顧客が特に重視すると考えられる事項を例示するなど」との記載があるが、以下の様な事項は恣意的な誘導ではなく、顧客意向を確認するための事項の例示として認められるか。 1.損害保険協会の消費者アンケートの重視するものの上位項目 (1)アフターフォローの体制 (2)商品に付帯されるサービス (3)保険料水準 (4)加入保険手続きの利便性 (5)保険会社のイメージ (6)最新の保険の特徴 2.上記(1)～(6)以外のアンケート項目も例示として認められるか (例)代理店における取扱い実績 【理由】当該代理店における取扱い実績の多い保険会社・保険契約は、契約事務や保険金支払実務に精通しており、顧客に正確かつ迅速なサービス提供が可能であり、顧客にとってメリットがあると考えらえるため	Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)の「顧客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は、顧客の適切な商品選択に資するよう、主として、商品特性や保険料水準等の事項を示すことにより、顧客の理解を得ながら、顧客の意向の形成を促進し、又は意向の明確化に努めることが求められます。 また、顧客の意向が不明確な場合において、顧客が特に重視すると考えられる事項を例示する手段としてアンケートを活用すること自体は否定されませんが、アンケート項目の妥当性等については、募集形態や顧客の属性等を踏まえつつ、個別具体的に判断されるため、一概に回答することは困難です。 取扱実績は、販売方針、手数料水準、便宜供与、過去の推奨方法等の影響を受け得るため、それのみを主たる理由として、特定の保険契約を提示・推奨することは適切ではありません。 特に、乗合代理店が独自に作成したアンケートや取扱実績等の情報を用いて特定の保険契約を推奨する場合において、それらが、例えば、従前、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハに基づき、乗合代理店の店舗ごとに異なる保険会社の保険契約を取り扱っていたことを前提として、特定の保険契約を推奨するような資料や数値に基づくものであるときは、結果として、恣意的な選別・推奨と評価されるおそれが高いことに留意する必要があります。 アンケートや取扱実績等を用いる場合には、集計期間、対象契約、対象顧客、件数、集計方法・評価方法等の合理性を適切に判

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			断した上で、それらを明確にし、顧客に誤認を与えず、恣意的な誘導とならないよう、事後的に確認・検証できる態勢を整備することも重要です。
280.	―	乗合代理店において、保険ニーズがまだ明確ではない顧客に対して、アンケートを通じて「保険契約において重視する項目」を事前に把握・提示し、ある程度商品を絞り込んで提案する取組を検討している。 また、代理店が有する独自情報(例:新規契約数ランキング等)を用いた説明についても検討している。 これらに関して、 (1)顧客から独自のアンケート等により収集した項目を例示し、一定の選択肢に絞り込んだ上で提案する行為は、顧客意向の事前聞き取りによる提案(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ)となり、監督指針上問題ない認識だが相違ないか。 (2)「売れ筋であるか」も顧客の意向の一つと考えているが、代理店独自で作成した情報(例:契約数ランキング等ファクトが存在する情報)で順位をつけることについて問題はないか。	アンケート等を用いて、顧客が保険契約において重視する事項を確認し、その意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨すること自体は否定されません。ただし、設問、選択肢、表示順、導線等により、顧客の意向が特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導されることのないよう留意する必要があります。 また、顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨する場合には、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等を分かりやすく説明する必要があります。 代理店独自の契約数ランキング等についても、顧客が「売れ筋」や他の顧客の契約動向を参考にしたいとの意向を示す場合には、参考情報として提示することは考えられます。 ただし、ランキング等は、販売方針、手数料水準、保険会社からの便宜供与、過去の推奨方法等の影響を受け得るため、それのみを主たる理由として特定の保険契約を推奨することは適切ではありません。 特に、乗合代理店が独自に作成したランキング等の情報を用いて特定の保険契約を推奨する場合において、当該ランキング等が、例えば、従前、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハに基づき、乗合代理店の店舗ごとに異なる保険会社の保険契約を取り扱っていたことを前提として、特定の保険契約を推奨するような資料や数値に基づくものであるときは、結果として、恣意的な選別・推奨と評価されるおそれが高いことに留意する必要があり

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			ます。 　ランキング等を用いる場合には、集計期間、対象契約、対象顧客、件数、集計方法・評価方法等の合理性を適切に判断した上で、それらを明確にし、顧客に誤認を与えず、恣意的な誘導とならないよう、事後的に確認・検証できる態勢を整備することも重要です。
281.	―	商品の内容や保険料に大きな差がない中で、保険商品の僅かな違いを突き詰めて説明する事は、時間と労力が必要となり、代理店への負担、ビジネスへの影響が大きいと考える。 　また、意向が明確となっていない顧客にとっても分かりにくくならないか懸念している。	貴重なご意見として承ります。 乗合代理店が比較推奨販売を行うに当たり、全ての案件について、全ての取扱保険会社の商品を網羅的に見積り・説明し、又は商品の細部の差異まで一律に説明することを求めるものではありません。 商品内容や保険料水準に大きな差異がない場合には、その旨を説明した上で、顧客が重視する事項に照らし、保障（補償）内容、保険料水準、特約等、顧客の判断に資する事項を分かりやすく説明することが重要です。 また、顧客の意向が不明確な場合には、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由に基づき、保険契約を選別・提示・推奨することが重要です。 なお、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
282.	―	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが廃止され、同号ロへ一本化される方向性には賛同するが、顧客の意向	貴重なご意見として承ります。 　乗合代理店が比較推奨販売を行うに当たり、全ての案件につい

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		把握の深度や範囲が不明確なまま運用されることに強い懸念がある。 意向把握を画一的・網羅的に求めると、顧客の理解度や関心度に関わらず過度な負担を与え、混乱や意思決定の遅延を招きかねない。 顧客が「担当従業員に任せる」と明確に意思表示した場合には、その意思を一つの顧客意向として尊重し、合理的な範囲で保険会社を選別・推奨する実務は顧客本位に適うと考える。全取扱保険会社の見積提示を一概に求める運用は、時間やコストを徒に増大させ、顧客が求めていない形式的な比較を強いる結果となり、顧客利便性や顧客本位の趣旨を損なうおそれがある。 今後の監督指針やガイドラインの策定に当たっては、意向把握を形式的・画一的に求めるのではなく、顧客の意思表示の内容や明確性に応じた柔軟な運用が可能となるよう、実務実態を踏まえた整理を求めたい。	て、全ての取扱保険会社の商品を網羅的に見積り・説明することを一律に求めるものではありません。 顧客の意向、理解度、商品特性、募集形態等を踏まえ、顧客の理解に資する実効的な対応を行うことが重要です。 また、顧客が「担当従業員に任せる」と明確に述べた場合においても、その意思表示のみをもって、乗合代理店が任意に特定の保険会社又は特定の保険契約を選別し、提示・推奨することは適切ではありません。 その場合でも、当該意思表示がされたことを踏まえつつ、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を可能な限り確認し、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき説明する必要があります。 なお、手数料水準、販売目標、便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
283.	Ⅱ－4－2－9(5)	意向把握や比較推奨の改正そのものには賛成であり、保険代理店が顧客に最適な提案を行うのは本来当然の役割だと考える。 一方で、これまで国や保険会社が容認してきた乗合代理店制度の問題点について、その責任や負担が代理店側に一方的に押し付けられている点に強い違和感がある。 多くのプロ代理店にとって意向把握や比較推奨は既に実践している業務であるが、乗合代理店の中には保険を本業と捉えていない意識が残っており、資格・知識水準や覚	貴重なご意見として承ります。 今般の改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店側の都合ではなく、顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨することにより、顧客の適切な商品選択の機会を確保する趣旨のものです。 一方で、全ての案件について、全ての取扱保険会社の商品を網羅的に見積り・説明することを一律に求めるものではありません。顧客の意向、理解度、商品特性、募集形態等を踏まえ、顧客の理解に資する実効的な対応を行うことが重要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		悟の面で課題があると感じる。そのため、まず業界全体で意識改革やマインドセットの徹底が必要である。 また、改正内容は従来と大きく変わらない一方で、具体的な意向把握の方法や「ベストな提案」を誰がどのように判断するのかが不明確である。苦情が発生した場合においても、対応の基準が曖昧である点に不満がある。 さらに、比較販売が困難な代理店が保険会社の絞り込みに走ることで、新たな便宜供与が生じる懸念もある。 総じて、改正の方向性自体は妥当だが、現状是正のための運用が不十分であり、本気で是正するのであれば、明確なルールと当局として強いトーンでの実施姿勢が必要だと考えている。	また、顧客の意向が不明確な場合には、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 保険会社及び保険代理店においては、保険募集人への教育・管理・指導、比較推奨販売に係る社内規則・記録・検証態勢の整備、募集品質の維持・向上に取り組むことが重要です。また、保険会社による代理店支援についても、顧客保護や募集品質向上に資する範囲で適切に行われることが必要です。 なお、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。 金融庁としても、乗合代理店を含め、比較推奨販売の適切性、過度の便宜供与の防止、保険会社による代理店管理の実効性、顧客本位の業務運営が実質的に確保されているかについて、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。
284.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売では、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが廃止されるが、ディーラーのような兼業代理店では、顧客の意向によって乗合保険会社全社の見積もり作成や比較説明の対応が求められるとのことだが、顧客自身が比較内容を理解できていない、または求めていないケースも多い。車両購入とセットで任意保険を加入する顧客は、セールスから勧めてもらう内容で判断することも多い。	貴重なご意見として承ります。 乗合代理店が比較推奨販売を行うに当たり、全ての案件について、全ての取扱保険会社の商品を網羅的に見積り、説明することを一律に求めるものではありません。 顧客の意向、商品特性、募集形態等を踏まえつつ、顧客の理解に資する実効的な方法により、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 一方で、所属保険会社等の中からあらかじめ「2社に限る」など、

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		また、車両販売も保険も本業であるゆえ、顧客にあった商品を提案するのであれば、絞り込んだ提案が顧客本位と言えるのではないか。やみくもに多くの保険会社を提示して比較することが正しいとは思えない。 さらに、乗合保険会社の全商品知識を習得するのは難しく、結果的に曖昧な提案になる可能性があることに加え、セールスの負担も多大となる。 顧客への提案時間や知識習得にかかる時間を踏まえると、難しくしすぎであり、顧客もそこまで求めていないのではないか。せめて乗合保険会社の中での2社は、最低としたラインが顧客にもセールスにも望ましいのではないか。	代理店側の都合により比較対象を固定的に限定することは、顧客の意向に沿った選別とはいえません。 顧客が代理店による提案を希望する場合であっても、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を可能な限り確認し、把握した意向に沿って合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき提示・推奨する必要があります。 また、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店側の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
285.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客が特定の保険会社のオフィシャルWEBサイト等の情報により当該保険会社の保険契約への加入意向を有するに至った後に、当該保険会社から当該顧客の対応を依頼された乗合代理店が保険募集を行う場合、当該顧客の判断のみにより、当該顧客から当該特定の保険会社の保険契約が指定されたと理解できるため、比較推奨販売の対象外であるという理解でよいか。 なお、保険会社から乗合代理店に対して提供される顧客情報は、保険会社にとっての個人情報の利用目的を前提として取得したものであり、乗合代理店にとっての個人情報の利用目的を前提として取得していないため、乗合代理店が当該保険会社以外の保険会社の保険契約を案内することはできないと考えている。	「顧客の判断のみにより、当該顧客から特定の保険会社の保険契約が指定された」といえるか否かについては、当該指定が保険募集人による選別・提案が実質的に伴わず、顧客の主体的な判断のみに基づくものといえるかなど、個別具体的に判断される必要があります。 貴見のケースについては、保険会社と乗合代理店の役割分担が必ずしも明確ではなく、様々な役割分担が想定されるため、一律の見解を示すことは困難です。 なお、当該役割分担を定める場合には、比較推奨販売に係る規定の潜脱とならないよう留意するとともに、乗合代理店として一般に求められる機能・役割等を踏まえた上で、顧客の意向把握や保険契約の選別・提案が実質的かつ確実に行われるよう、当該役割分担が合理的かつ適切に定められることが望ましいと考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			また、保険会社から顧客対応の依頼を受けた場合であっても、乗合代理店が保険募集を行う過程において、顧客の意向を把握し、他の保険契約との比較説明や当該意向に沿った選別・提案を行う場合には、比較推奨販売に係る対応が求められます。 このほか、他の保険契約の案内を行う場合には、個人情報保護法等の関係法令を踏まえ、適切な対応を行う必要があります。
286.	―	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.について、保険グループ内の乗合保険代理店が、グループ内の保険会社と共同で運営するウェブサイトにおいて募集を行う場合、当該サイトが実質的に当該保険会社のウェブサイトの一部として機能しており、かつ、サイト上の表示において「当該保険会社の商品のみを取り扱う旨」、「他の保険を希望される場合の導線」が顧客に明確に明示されているのであれば、顧客は「ここは特定の保険会社の商品を申し込む場である」と認識して手続きを進めているといえる。 このようなスキームにおいては、顧客の誤認を招くおそれはなく、かつ、顧客自身が特定社の商品を求めて来訪していることから当該グループ内保険商品を優先的に検討する明確な意向(実質的に指名買いと同等のもの)として合理的に評価し得ると考える。 したがって、当該ページにおいては、比較推奨義務の対象外(又は、当該一社を推奨する合理的理由がある)と整理し、改めて網羅的な比較推奨を行わずとも許容されるという理解で差し支えないか。 また、上記が共同募集であり、その旨、明示している場	ご指摘のようなウェブサイト等を通じた保険募集であっても、当該来訪経路やサイト構成等のみをもって、直ちに比較推奨販売の対象外となるものではありません。 今般の改正の趣旨を踏まえ、保険募集の一連の過程を通じて、その意向形成過程や募集態様が、実質的に特定の保険契約(群)への誘導を図るものとなっていないか、また、その結果として、顧客の適切な商品選択の機会が実質的に阻害されていないかについて、個別具体的かつ慎重に判断される必要があります。 このため、当該サイトにおいて乗合代理店として保険募集を行う場合には、上記の点に留意しつつ、Ⅱ－4－2－9(5)①B.に照らし、顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に把握した上で、顧客にとって適切な商品選択が行われるよう、意向把握の方法や情報提供の在り方を含め、適切な対応を行うことが求められます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		合はどうか。	
287.	―	デジタル乗合代理店がWEBサイトやアプリなどでお客様に対して商品を比較できる情報を提供している場合、お客様の利便性の観点からお客様が自ら特定の商品を選択した後に、改めてその他の商品との比較表示をすることは必須ではないとの理解でよいか。	
288.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向には、単なる保障ニーズに留まらず、特定の企業グループのブランドやポイント付与等のメリットの享受を目的とする合理的な選択が存在する。 そのような企業グループ内の保険代理店の場合、そのような顧客の意向を踏まえ、顧客が期待するメリット(グループサービスとの親和性、ポイント付与等)を前提にグループ内保険商品を優先的に検討することが、顧客にとっての最善の利益に資する場合があると理解している。 例えば、そのような企業グループの場合、WEB完結型募集において、「他社比較を希望する入口」と「グループ内商品を希望する入口」を明確に区分し、顧客の誤認防止に努めるとともに、相互に案内導線(他社比較を希望する場合の遷移導線等)を確保している場合、顧客が自発的に後者を選択して来訪した行為は、当該グループ内保険商品を優先的に検討する明確な意向表明であり、実質的に指名買いと同等と評価し得ると考える。 したがって、当該ページにおいては顧客の明確な意向に基づき、不要な情報提供による混乱を避け、効率的な手続きを可能とする観点から、改めて網羅的な他社比較を行わ	顧客がブランド等の要素を希望する意思を表示した場合であっても、来訪経路や画面構成その他の募集態様のみをもって、直ちに顧客が特定の保険契約(群)を主体的に選択したものと評価できるものではなく、その意向形成過程や募集態様が、実質的に特定の保険契約(群)への誘導となるものとなっていないか、また、その結果として、顧客の適切な商品選択の機会が実質的に阻害されていないかについて、個別具体的に判断される必要があります。 このため、乗合代理店として保険募集を行うに当たっては、上記の点に留意しつつ、Ⅱ－4－2－9(5)①B.に照らし、顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に把握した上で、顧客にとって適切な商品選択が行われるよう、意向把握の方法や情報提供の在り方を含め、適切な対応を行うことが求められます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ずとも許容されるという理解で差し支えないか。	
289.	Ⅱ－4－2－9(5)	令和7年8月28日に公表された「「保険会社向けの総合的な監督指針」等の一部改正(案)に対するパブリックコメントの結果等の公表について」における「コメントの概要」及び「金融庁の考え方」No.30において、「顧客が特定の商品を指定してきた場合は比較推奨販売の対象外である」との見解が示されているが、この場合であっても、指定商品以外の保険会社の保険契約もある旨や、それらの保険契約の概要または契約内容の説明が必要となるのか。	保険募集人による保険契約の選別・提案が実質的に伴わず、顧客の主体的な判断のみにより、顧客から特定の保険会社又は特定の保険契約が指定され、その結果、加入の対象となる一の保険契約が選択された場合には、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロの適用対象とならないことから、Ⅱ－4－2－9(5)①B.において定める対応が直ちに求められるものではありません。 ただし、この場合であっても、法令に基づく権限明示等の基本的な説明義務が適用される点に留意が必要です。
290.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店がA生命保険会社の保険契約(生保既契約)を取り扱っている場合に、当該生保既契約の保険契約者(既契約者)に対して当該生保既契約の内容確認を行うとともにA生命保険会社の新商品の案内を行うことがある。その際、当該乗合代理店がかかる内容確認及び案内を保険募集に該当しない範囲で行う限り、比較推奨販売規制は適用されないと理解している。 かかる案内実施後、当該既契約者が当該新商品の案内を希望したため、当該乗合代理店が当該新商品の保険募集を行う場合は、当該既契約者の判断のみにより当該新商品が指定されたと考えられるため、比較推奨販売が求められないという理解になるのか、それとも、当該既契約者に対して当該新商品以外の同種の保険契約の案内を希望するか否かを確認した上で、その意向に沿って対応することが求められるという理解になるのか。 なお、当該乗合代理店が適切に権限明示を行うことを前	新商品の案内等が保険募集に該当しないかどうかは内容や態様等に照らして個別具体的に判断される必要があります。保険募集に該当しない行為が行われる場合においては、情報提供義務が直ちに適用されないため、比較推奨販売に係る規定も同様に適用されません。 しかしながら、その後、保険募集が行われる場合には、顧客の意向を適切に把握する必要があります。 乗合代理店における情報提供は、顧客が適切な理解に基づき、複数の保険契約の中から顧客が自主的な判断により保険契約を選択するために行われるものです。顧客が抱えるリスクの中でどの部分を保険によってカバーするのかは顧客ごとに異なるとともに、顧客の理解度合いも様々であることを踏まえつつ、取り扱う保険契約や募集形態に応じて、顧客の意向を実質的に把握し、これに沿った情報提供を行うことが求められます。 その上で、保険募集人による選別・提案が実質的に伴わず、顧客の主体的な判断のみにより特定の保険契約が選択された場合

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		提としている。	には、直ちに保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 ただし、通常の意向把握プロセスを経る過程において、乗合代理店が他の保険契約との比較説明を行う場合には同号イに係る対応が求められるとともに、顧客の状況や意向の内容に照らし、他の保険契約についても検討の余地が認められる場合には、意向把握・確認義務や比較推奨販売に係る規制の趣旨・目的を踏まえた適切な対応が求められます。 乗合代理店においては、顧客の最善の利益を勘案する観点からも、規制の趣旨・目的を十分に踏まえ、比較推奨販売に係る規制の潜脱とならないよう、実効的な対応を行う必要があります。
291.	Ⅱ－4－2－9(5)	企業グループ内の保険代理店が、同グループ内の事業会社を契約者とする保険契約の募集を行う場合において、契約者である事業会社が「グループ内の連携強化・シナジー発揮のため、グループ内の保険会社と契約したい」という明確な意向を示した場合について、当該意向を適切に記録した上で、グループ内保険会社の商品を中心に提案することは、顧客の意向に基づく選別として許容されるという理解でよいか。	顧客が自発的に示した意向に沿って保険契約の提案・説明を行うことは、基本的には保険業法第294条の2に基づく意向把握・確認義務に沿った対応と考えられます。 ただし、貴見のような意思が示された場合であっても、その意思表示がされるまでの過程や募集態様について、顧客の主体的な判断のみに基づくものといえるか、実質的に特定の保険契約(群)への誘導を図るものとなっていないか、また顧客のリスク特性等を踏まえた適切な意向把握・確認が行われる態様となっているかについては、個別具体的に判断される必要があります。 このため、乗合代理店が同一企業グループ内の事業会社に対して保険募集を行う場合であっても、グループ内の取引関係等に係る事情のみに着目するのではなく、顧客のリスク特性等を適切に踏まえた提案が行われるよう、適切な意向把握・確認を行うことが求められると考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
292.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.について、WEBマーケティングにおいて、特定の保険会社名・商品名等を明示した広告(バナー、検索連動型広告、メールマガジン、埋め込み型広告、ダイレクトメッセージ等)やWEB埋め込み型のクリック型のシステム等を通じ、顧客が当該広告等を能動的に押下して募集ページに来訪した場合や、保険会社が実施するキャンペーン広告から来訪した場合、当該商品を希望する顧客の意向は明確に表明されており、実質的に指名買いと同等であると考える。 このような顧客の明確な意向が確認できる状況において、改めて網羅的な比較推奨を行うことは、顧客意向にそぐわないだけでなく、情報過多による顧客の混乱を招き、結果として顧客の利便性を害し、最善の利益を阻害する結果になりかねない。 したがって、上記のような広告から流入したことが記録上明らかな場合は、比較推奨販売の対象外と整理して差し支えないか。	貴見のいう乗合代理店によるWEBマーケティングといった個々の行為が保険募集に該当しないか否かについては、個別具体的かつ慎重に判断される必要があります。 また、一般に、複数の保険契約を取り扱う乗合代理店においては、顧客が抱えるリスクを的確に把握し、顧客が複数の保険契約の中から自主的な判断により保険契約を選択できるよう、顧客の意向を丁寧かつ適切に把握するとともに、必要な情報提供が行われることが重要です。乗合代理店においては、こうした一般に求められる機能・役割等を踏まえた上で、規制の趣旨・目的を十分に踏まえ、比較推奨販売に係る規定の潜脱とならないよう、実効的な対応を行う必要があります。 その上で、保険募集に該当しない広告等を契機として特定の保険契約に関心を有する顧客が来訪した場合であっても、当該顧客による当該保険契約の選択が、保険募集人による選別・提案が実質的に伴っていないものであるか、顧客の主体的な判断のみによりなされたものといえるかについては、その態様等を踏まえ、個別具体的に判断される必要があります。 したがって、当該来訪経路のみをもって一律に規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が不要と整理されるものではありません。意向把握を含めた一連の保険募集の過程において、保険募集人が比較・推奨に実質的に関与する態様が認められるときには、その内容に応じた対応が求められます。 また、乗合代理店が行う広告の内容や表示方法については、実質的に特定の保険契約の優先的な取扱いを誘引するものとなっていないか、必要性・合理性・相当性の観点から慎重に検討する
293.	－	当社のホームページにあるインターネット上のリンク(システム環境の整った提携保険会社の一部のみ対応可能)により、お客さまが、直接保険申し込みを行う場合は、比較推奨不要であることを確認したい。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			ことが重要です。
294.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店において、特定の保険会社の保険契約の取扱数が非常に多いなどの理由から、当該保険会社の保険商品について説明できる保険募集人をオペレーターとして配置するコールセンターを設ける場合がある。 その際、乗合代理店において、ホームページ等で当該保険会社の保険商品の資料請求を受け付け(資料請求画面は当該保険会社以外の保険会社の保険商品も選択できるようになっている前提である。)、当該商品のパンフレット等を郵送した後(この段階で適切に権限明示を行う前提である。)に、当該保険商品について説明できるオペレーターから架電をする場合がある。 その際、当該オペレーターにおいて当該保険商品の募集を行う場合は、当該資料請求者の判断のみにより当該保険商品が指定されたと考えられるため、比較推奨販売が求められないという理解でよいか。	資料請求を契機として特定の保険商品への関心が示された場合であっても、その後の電話対応において保険募集が行われる場合には、意向把握・確認義務を適切に履行する必要があることから、資料請求が特定の保険契約のみを対象として行われたことをもって、直ちに比較推奨販売に係る規定の適用対象外となるものではありません。 意向把握を行うに当たっては、顧客の保険商品に対する理解度合いにも留意しつつ、顧客が抱えるリスクを的確に把握し、顧客が複数の保険契約の中から自主的な判断により保険契約を選択できるよう、顧客の意向を丁寧かつ適切に把握するとともに、必要な情報提供が行われることが重要です。 その上で、一連の保険募集の過程において、当該保険契約の特定が保険募集人による選別・提案を実質的に伴わず、顧客の主体的な判断のみにより特定の保険契約が選択されているといえるかについては、個別具体的に判断される必要があります。 また、通常の意向把握プロセスを経る過程において、乗合代理店が他の保険契約との比較説明を行う場合には、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イに係る対応が求められるとともに、顧客の状況や意向の内容に照らし、他の保険契約についても検討の余地が認められる場合には、意向把握・確認義務や比較推奨販売に係る規制の趣旨・目的を踏まえた適切な対応が求められます。そうした募集過程において、顧客が他の保険契約の説明を希望した場合には、当該希望に沿って適切な対応を行う必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			乗合代理店においては、顧客の最善の利益を勘案する観点からも、規制の趣旨・目的を十分に踏まえ、比較推奨販売に係る規制の潜脱とならないよう、実効的な対応を行う必要があります。
295.	Ⅱ－4－2－9(5)	「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.508において、顧客が特定の保険会社・特定商品を指定し、その範囲内で保険募集が行われている場合には、改正前監督指針Ⅱ－4－2－9(5)の対象外である旨の見解が示されている。 例えば、空港の海外旅行保険の発券機は特定社のみを扱う販売機として設置され、顧客が自ら、当該販売機を選択し、加入できるようになっているが、顧客が特定の保険会社の販売機であることが認識できる状況下において、当該発券機を自ら選択して加入している場合においては、顧客が特定の保険会社・特定商品を指定していることが明らかであり、比較推奨販売の対象外であると考えてよいか。	一般論として、保険募集人による選別・提案が実質的に伴わず、顧客の主体的な判断のみにより特定の保険契約が選択された場合は、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロの適用対象とならないと考えられます。 ご指摘のような海外旅行保険の販売機による加入についても、海外旅行保険という商品特性や販売機による保険募集という態様のもとで、顧客が当該販売機の性質を理解した上で主体的に特定の保険契約を選択している場合には、当該考え方に該当し得ます。ただし、最終的には、保険募集の態様等を踏まえ、個別具体的に判断される必要があります。
296.	－	比較可能な同種の保険契約の中から、一又は二以上の保険契約の提案をしようとすることなく、顧客の判断のみによって加入する保険契約が特定された場合には、提示・推奨理由の説明は求められない、との理解でよいか。	保険募集人による選別・提案が実質的に伴わず、顧客の主体的な判断のみにより一の保険契約が選択された場合には、直ちに保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 ただし、当該選択が顧客の主体的判断に基づくものであるか、又はその過程において保険募集人による恣意的な誘導が行われていないかについては、個別具体的に判断される必要があります。
297.	Ⅱ－4－2－9(5)	「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.508においては、顧客が特定の保険会社・	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		特定商品を指定し、その範囲内で保険募集が行われている場合には、改正前監督指針Ⅱ－4－2－9(5)の対象外になる旨見解が示されており、改正後も顧客が特定の保険会社・特定商品を指定する場合は、顧客の意向が明確であり、比較推奨販売の対象外と考えるが、顧客が特定保険会社・特定商品を指定するように恣意的に誘導する行為は不適切となるとの理解でよいか。	なお、顧客の判断過程において、保険募集人が営業上の理由等により恣意的に誘導する行為は、内容や態様等によっては、同法第300条第1項第1号及び第6号に抵触するおそれがあることから、厳に慎む必要があると考えます。
298.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客が特定の保険会社の商品を指定し、その範囲内で保険募集が行われている場合には、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)(乗合代理店における比較推奨販売)の対象外であるという理解でよいか。	
299.	Ⅱ－4－2－9(5)	当初から顧客が募集人の所属保険会社のうち特定の保険会社との契約を明確に希望し、募集人が顧客の意向に沿って当該保険会社の商品を販売する場合には、今回の改正監督指針案における比較推奨販売に該当せず、同指針案の適用がないという理解でよいか。	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否は、顧客の意向に照らし、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか、当該意向に沿って選別・提案を行うか否かによって定まります。 このとき、顧客が特定の保険会社の保険加入を希望した場合であっても、顧客の意向に照らした結果、同一保険会社内において、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在し、選別・提案を行う場合には、同号ロに係る対応が必要となります。 その上で、保険募集人による選別・提案が実質的に伴わず、顧客の主体的な判断のみにより一の保険契約が選択された場合には、直ちに同号ロに係る対応が必要となるものではありません。 ただし、当該選択が顧客の主体的判断に基づくものであるか、又はその過程において保険募集人による恣意的な誘導が行われていないかについては、個別具体的に判断される必要がありま

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			す。 　また、顧客の判断過程において、保険募集人が営業上の理由等により恣意的に誘導する行為は、内容や態様等によっては、同法第300条第1項第1号及び第6号に抵触するおそれがあることから、厳に慎む必要があると考えます。
300.	―	商用車ディーラーが扱う商用車は生産財であり、顧客の多くは複数台数の車両を保有している。 　その一方で、自動車保険については、事故対応や事務効率等の観点から、特定の保険会社1社に集約して契約されているケースが多く見受けられ、顧客からは保険会社を明確に指名されることが一般的である。 　商用車ディーラー代理店としては保険契約上「新規取引」となる場合でも、顧客の視点から見れば、保険会社は従前と同一であり、あくまで「契約の継続」と認識されている。 　このように、顧客が特定の保険会社との契約継続を明確に希望している場合の比較推奨販売の取扱いについて、形式的に新規契約として比較推奨販売を行うことは、顧客の負担増や利便性の低下を招き、顧客本位の業務運営の趣旨と乖離するおそれがある。 　保険会社を明確に指名される場合は「継続取引」として取り扱うことを要望する。	ご指摘のような場合であっても、新規契約か既契約の継続かにかかわらず、意向把握・確認義務に基づく対応が必要となります。 　その上で、保険募集人による選別・提案が実質的に伴わず、顧客の主体的な判断のみにより特定の保険契約が選択された場合には、直ちに保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 　ただし、当該選択が顧客の主体的判断に基づくものであるか、又はその過程において保険募集人による恣意的な誘導が行われていないかについては、個別具体的に判断される必要があります。 　なお、顧客の判断過程において、保険募集人が営業上の理由等により恣意的に誘導する行為は、内容や態様等によっては、同法第300条第1項第1号及び第6号に抵触するおそれがあることから、厳に慎む必要があると考えます。
301.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止及び同号ロの改正に対する監督指針の改正に対し、下記の意見を表明する。 　現状、各損害保険会社の代理店に対する規模や増収率に	貴重なご意見として承ります。 　なお、比較推奨販売の要否や方法については、顧客の意向を起点としつつ、保険募集人による選別・提案の有無や内容などを踏まえ、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号に照らし個別具体的

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		偏った代理店手数料格差が生じた状態において、今回の代理店に課された比較推奨販売を遂行するには、営利企業として特定の保険契約を推奨する場合に、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)に記載の「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」する事は現実的ではないと考える。 　また、乗合代理店における顧客の意向として、迅速な保険契約の締結が第一である場合等、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)(注3)「顧客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事のないよう留意する」とあるが、顧客の意向を顧みた上で、営業上の理由(特定の保険会社の事務手続き・経営方針上の理由)を説明した上で、特定の保険会社の保険契約を提示・推奨する事は許容されるべきであると考える。 　企業の従業員の借り上げ社宅契約における火災保険や、建設業における現場事務所等に対する火災保険の契約において、顧客企業が求める一定の要件に合致した特定の保険会社の保険契約条件が企業から提示されている場合、比較推奨販売の対象外という理解でよいか。	に判断される必要があります。
302.	－	乗合代理店において、意向推定型を用いて、顧客の意向の誘導を恣意的に行い、実質的に保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハを維持するような行為は、潜脱行為に当たり得るという理解でよいか。	ご指摘のように、Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)で定める意向推定の方法を用いながら、特定の保険契約の選別・推奨をあらかじめ企図し、顧客の意向を恣意的に形成又は解釈するなどの行為により、実質的に従前の保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハと同様の運用を行っているものと評価され得る場合には、比較推奨販売規制の潜脱に該当し得ます。
303.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.「また、顧客の意向に沿って保険契約を選別する場合には、事前に商品特性や保険料水	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		準などの顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認する必要があることに留意する」に関し、顧客が重視する事項を「丁寧かつ明確に」確認する必要があると規定されている。 複数の所属保険会社を有し、「顧客の意向に沿って保険契約を選別する」ことで顧客の商品選択の機会を確保することが求められる乗合代理店において、監督指針Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)に記載される意向を推定する方法のみ(意向推定型)を用いて保険募集を行うことは、代理店自身が顧客の意向を推定し、ひいては特定の保険契約を推奨することも可能となってしまうことから、適切な意向把握の方法とは言い難い、との理解でよいか。	その該当性については、保険募集の態様や意向形成の過程、顧客の適切な商品選択の機会が実質的に確保されているかといった観点から、個別具体的に判断されます。 なお、意向推定の方法は、例えば、保険会社の営業職員が、第一分野又は第三分野の保険契約について、当初は潜在化している顧客の意向を顧客属性や生活環境等に基づき推定した上で、対面で顧客と双方向的なやり取りを通じて意向を説明・明確化しつつ、その変化にも対応する保険募集の場面に用いられることを想定したものです。 特に、乗合代理店において意向推定の方法を用いるとした場合には、推定した顧客の意向に基づき、複数の保険契約の中から選別・推奨が行われることとなるため、意向推定の合理性・妥当性が推奨販売(同号ロ)の適切性に直結し得ることとなります。乗合代理店が当該方法を用いる場合には、こうした観点を十分に踏まえ、推定の確度を含め、その合理性・妥当性の確保について特に慎重な検討・判断が求められるとともに、その後の保険募集の過程において、顧客の意向を丁寧かつ明確に確認し、その結果に基づく適切な選別・推奨を行う必要があります。 なお、募集主体の如何に関わらず、郵送募集等、顧客との書類等のやり取りが一度に限定される手法により保険募集を行う場合には、顧客との双方向的なやり取りが乏しくなることから、結果として恣意的な意向把握につながるおそれがあると考えられます。したがって、この場合には、意向推定の方法を用いる対象を既契約者に限定するなど、推定の確度に十分留意しつつ、合理性・妥当性を確保した上で、意向推定が行われるよう慎重に対応することが求
304.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売において、監督指針Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)に記載される意向を推定する方法(意向推定型)で募集を行った場合、特定の保険会社の特定の商品を設計し、見込み顧客に提示することとなるが、もし、提示した保険がそのまま契約に至った場合、今回の改正保険業法及び改正保険業法施行規則に抵触、もしくは違反することになるか。	
305.	Ⅱ－4－2－9(5)	意向把握については、代理店による初動段階における「顧客の意向(重視する点)の推定」が一定程度認められるべきであると考える。 これは、顧客が代理店に期待する役割の一部でもあると考えられるためである。 その場合、代理店は「意向の推定」に基づき、「1社の商品のみを初期提示する」こともあり得ると考えられ、それが認められるべきである。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		なお、その場合であっても、「最終的な意向」の確認は当然ながら必須である。	められます。加えて、顧客の実際の状況や意向とは異なる推定が行われている可能性があることを十分に踏まえ、例えば、顧客が自らの状況に照らした意向を改めて確認できるよう工夫することや、顧客の理解度にも配慮して保障の内容や変更点等を分かりやすく表示するなど、実効的な意向把握が行われ、保険契約の加入要否が判断できるようにすることが重要です。
306.	―	乗合代理店が意向把握義務に関する監督指針Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)に記載される意向を推定する方法(意向推定型)によって既契約者に対して保険設計書や保険申込書を送付できるケースでは、意向把握義務に関して推定される顧客の意向に照らして、他に「比較可能な同種の保険契約」がなければ既契約の引受保険会社のみの保険商品の保険設計書や保険申込書を送付することができるという理解でよいか。 なお、当該代理店は、募集に当たり保険業法が定める権限明示を適切に行うことを前提としている。	意向推定の方法を用いる場合であっても、当該推定が合理性・妥当性を有することが前提であり、その適切性は個別具体的に判断されます。 また、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の有無についても実質的に判断されるものであり、その結果として、特定の保険契約の他に比較対象が存在しないと合理的に認められる場合には、当該保険契約に係る資料のみを提示することが排除されるものではありません。 ただし、当該判断が形式的又は恣意的に行われることにより、実質的に顧客の適切な商品選択の機会を損なうことのないよう、その合理性・妥当性の判断に当たっては、慎重かつ適切な対応が求められます。
307.	Ⅱ－4－2－9(5)	「意向の推定」が「代理店による誘導」とならないようにすべきであると認識しているが、「誘導」に該当する具体例を示していただきたい。	ご指摘のとおり、「意向の推定」が保険募集人による特定の保険契約への誘導とならないよう留意することは重要です。 個別具体的な事例を提示することは困難ですが、例えば、特定の保険契約の提案を前提として当該契約に適合するよう意向を推定する場合や、形式的に意向推定の手法を用いながら実質的に特定の保険契約の選別・推奨を行う場合には、一般的には、誘導又は比

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			較推奨販売規制の潜脱に該当し得ます。 　意向推定の方法は、例えば、保険会社の営業職員が顧客の自宅や職場などを訪問し、当初は潜在化している顧客の意向を顧客属性や生活環境等に基づき推定した上で、どのような意向を推定して個別プランを設計したのか、当該プランが当該意向とどのように対応しているのか等を説明しつつ、顧客との双方向的なやり取りを通じて、意向の明確化やその変化への対応を図る保険募集の場面に用いられることを想定したものです。 　乗合代理店において意向推定の方法を用いるとした場合には、複数の保険契約の中から選別・推奨が行われることとなるため、意向推定の合理性・妥当性が推奨販売の適切性に直結し得ることとなります。乗合代理店が当該方法を用いる場合には、こうした観点を十分に踏まえ、推定の確度を含め、その合理性・妥当性の確保について特に慎重な検討・判断が求められるとともに、その後の保険募集の過程において、顧客の意向を丁寧かつ明確に確認し、その結果に基づく適切な選別・推奨を行う必要があります。 　乗合代理店においては、このように比較推奨販売に係る規定の趣旨・目的に沿った対応を行うことが重要であり、この点を明確化するために、「顧客の意向を把握することには、Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)のとおり、例えば、顧客属性や生活環境等に基づき推定するといった方法が含まれるが、当該方法を用いて、比較推奨販売に係る規定の趣旨・目的に反する対応が行われないよう留意する。」との記載を追記いたします。
308.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客が特に重視すると考えられる事項を例示すると同時に、例示した事項を顧客の意向と推定して保険会社・商品を	顧客が特に重視すると考えられる事項を例示する行為は、顧客の意向が不明確な場合に、その意向の形成を促すための手法とし

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		選別・推奨することは、監督指針Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)に記載される意向を推定する方法(意向推定型)として認められるとの理解でよいか。	て位置付けられるものです。 したがって、当該例示を行ったことのみをもって、Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)に定める意向の推定(把握)を行ったものと評価されるものではありません。 また、当該例示に基づき特定の保険契約を選別・推奨する場合には、当該推奨があらかじめ特定の保険契約の選別・推奨を企図した上で、これに適合するように意向を推定するものとなっていないか、顧客の主体的な意向の形成を経たものとなっているか、保険募集人による恣意的な誘導となっていないかに留意し、適切に対応する必要があります。
309.	Ⅱ－4－2－9(5)	例えば、建設工事保険などのスポット契約(契約更新を前提としていない保険契約)の加入を検討する顧客に対して、過去の引受保険会社・商品と同一の保険会社・商品で加入することを顧客が特に重視すると考えて、過去の引受保険会社と同一保険会社・商品を選別・推奨することも認められるとの理解でよいか。	顧客が過去の契約と同一の保険会社又は保険契約での加入を重視する意向を有する場合には、その意向に基づき当該保険契約を選別・推奨することは否定されるものではありません。 一方で、保険契約に係る顧客の意向は契約ごとに異なり得ることから、過去の契約内容や他の契約状況のみをもってこれを推定するのではなく、当該契約に係る具体的な意向を適切に確認した上で対応することが必要です。 また、Ⅱ－4－2－9(5)に照らして、顧客の意向を把握するに当たり、事前に顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認し、当該意向に沿って選別・推奨することが求められるものと考えられます。
310.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客が新たに保険契約に加入する際、顧客が他に加入する保険契約の引受保険会社と同一にすることを特に重視すると考えて、顧客が加入する他の保険契約の引受保険会社を選別・推奨することも認められるとの理解でよいか。	
311.	Ⅱ－4－2－9(5)	複数の保険会社の商品を比較推奨する際に、各社のパンフレットや多数の見積書を用いて個別に説明する方法は、顧客・保険募集人双方にとって大きな負担となり、顧客にとっての正しい選択に支障が生じ本末転倒となる危険性がある。	募集文書の作成や使用方法については、法令に基づき保険代理店への教育・管理・指導を担う立場である所属保険会社等が、保険募集管理態勢の一環として、保険代理店との委託契約等に基づき実務上定めているものであり、法令等において一律に定める性格のものではないと考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		そこで、同一条件で複数社の保険料を一覧で比較できる資料を活用することで顧客にとっても解りやすく負担軽減も図れると考えるが、損害保険では募集文書登録という制度があり、募集文書として使用するには、その都度申請が必要なため柔軟な対応が困難である。 このため、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号における特例措置として募集文書登録制度の簡略化を行い、商品説明は各社パンフレットを用いつつ、保険料比較については代理店が簡易な比較資料を作成・使用できる仕組みを検討すべき(ただし、見積内容は各損害保険会社所定のシステムを使用した正規のものであることが前提)である。また、パンフレットの説明については、1社目は項目をもれなく説明し、2社目以降は相違点のみ説明することで顧客と保険募集人の双方が過度な負担なく、適切な説明と選択が可能になると考えられる。	顧客が保険契約の説明を受ける際には、その内容を適切に理解し、誤認することのないよう、保険会社及び保険代理店においては、顧客にとって分かりやすい説明が行われるための適切な取組を行うことが重要です。
312.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.において、乗合代理店として顧客の意向を確認した上で保険商品を提示する際、現状では紹介に値する「保険商品の比較表」を各代理店において個別に作成して顧客に掲示や手交することを保険会社から認められておらず、顧客に適切に推奨できる状態にないと考えている。 今回の監督指針の改正の方向性として、顧客への正しい保険商品の比較推奨が重要であることを考えた場合、乗合代理店独自の比較表の作成及び顧客への説明資料として利用できるようにすべきと考えるがどうか。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		また、他の方法として、保険商品種類ごとの特定項目や保険料例などについて保険会社から同一のフォーマットで顧客へ説明できる資料を乗合代理店に提供されるべきであり、これらを用いた比較表を乗合代理店が利用できることが顧客の利益に資するものと考えるがどうか。	
313.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険商品の円滑な比較を行うために、「顧客が特に重視すると考えられる事項」を一定程度定型化(標準化)したツールを活用し、その回答結果をもって適切な意向把握プロセスを履行したとみなすことは可能か。	貴見のようなツールを活用して意向把握を行う手法も選択肢の一つと考えられますが、顧客の意向は多様であることを踏まえ、保険業法第294条の2に基づく意向把握・確認義務が適切に履行されたか否かについては、Ⅱ－4－2－2(3)に照らして、個別具体的に判断される必要があります。
314.	－	顧客の意向を把握するための代理店内共通のツール作成は必須条件であるか。	顧客の意向を適切に把握し、これに沿った保険契約の提案・説明等を求める意向把握・確認義務(保険業法第294条の2)の履行方法については、Ⅱ－4－2－2(3)に掲げる方法などにより適切に行うこととされており、特定のツール作成を必須条件として求めてはおりません。
315.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較説明を行う場合、比較する事項については、顧客の特性に応じて代理店が独自に設定することでよいか。 また、比較説明を行う際に、比較表の作成は必須ではないという理解でよいか。	比較説明に当たっては、Ⅱ－4－2－9(5)に基づき適切に行う必要がありますが、同指針において参照されるⅡ－4－2－2(9)②に定める事項は保険業法第300条第1項第6号に抵触する行為の類型を示したものであることに留意し、同号に抵触することのないよう適切に対応する必要があります。 乗合代理店においては、こうした点を踏まえ、保険会社による教育・管理・指導の下、保険募集の実務や募集形態等に応じて、顧客の理解が十分に得られるよう、適切に比較説明を行う必要があると考えられます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
316.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店における比較推奨販売を実効性あるものとするためには、顧客が理解しやすい比較資料の活用が不可欠であり、募集文書の位置付けや作成主体について、より明確な考え方が必要である。 乗合代理店は、複数の保険会社の商品を比較・推奨することが求められているが、顧客の立場から見れば、複数社の補償内容や保険料を一枚の資料等で一覧的に比較できることは、理解促進の観点から有効であると考える。 しかしながら、現状では、代理店が独自に作成した比較資料は募集文書として認められておらず、比較説明は各保険会社が定めた募集文書の範囲内に限定されている。 その結果、顧客にとって分かりやすい比較説明を行いたくとも、実務上の制約が大きい状況にある。 また、生命保険分野では既に導入されているような民間システム会社等による比較ツールの活用についても、損害保険分野では保険会社からのデータ開示がなければ実現が困難であり、生命保険分野との間で環境差が生じている。 比較推奨の形式的な遵守にとどまらず、顧客が納得して商品選択を行える環境を整えることが、顧客本位の業務運営の実質化につながると考えるため、今回の改正により比較推奨販売の徹底を求めるのであれば、 ・ 代理店独自作成の比較資料の取扱い ・ 外部システムを活用した比較説明の可否 ・ 募集文書として求められる要件 について、顧客理解の向上を軸とした明確な整理・方向性	募集文書の作成や使用方法については、法令により保険代理店への教育・管理・指導を担う立場とされている所属保険会社等が、保険募集管理態勢の一環として、保険代理店との委託契約等に基づき実務上定めているものであり、法令等において一律に定める性格のものではないと考えます。 また、外部システムの活用による顧客への情報提供等についても、顧客の理解促進のための選択肢の一つになり得るものと考えられます。ただし、こうしたシステムを活用する場合であっても、顧客の適切な商品選択の機会が確保され、乗合代理店において比較推奨販売の適切性が確保されるよう、保険募集人に対する教育等を含む体制整備が実効的に行われることが重要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		を示していただきたい。	
317.	―	代理店としてもAIやDXを活用した業務効率化により制度対応を進めていく意思はあるものの、システム導入や運用にはコストが伴う。 制度対応が新たなコスト増となる以上、補助金・助成金・導入支援等とセットで進めることが制度定着に有効であると考えている。 単なる規制強化に留まらず、現場の対応力を高める施策もご検討いただきたい。	貴重なご意見として承ります。
318.	―	比較推奨内容・条件を乗合代理店任せにすると、乗合代理店ごとの推奨内容にばらつきが生じたり、断片的な比較に陥るおそれが生じる。したがって、業界統一の比較ツールの作成・公開が必要である。 これにより、保険会社各社の商品内容や事故査定方針等がシンプルかつ明確に比較可能となり、正確な推奨販売ができるよう整理できる。 また、従来、約款に記載がない査定運用についても正確な比較手段を求める。	
319.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店において、取り扱う保険会社や商品を、代理店の社内規則等により顧客の属性等に応じて店舗ごとに限定するといった対応は、不適切と考える。 加えて、保険会社と代理店の間で代理店委託契約書や覚書を締結し、取り扱う商品を限定する場合であっても、保険会社から当該代理店への便宜供与の見返り等として特定の保険会社の商品を推奨すること等を目的に、例えば、代理店	貴見のとおりです。 ご指摘のように、乗合代理店が社内規則等のみにより、顧客属性等を理由として店舗ごとに取扱保険会社や保険契約を恣意的に限定し、実質的に顧客の適切な商品選択の機会を阻害するような運用は適切ではありません。 なお、保険会社と乗合代理店との間で代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により取り扱う保険契約を限定する場合であって

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		の店舗ごとに保険会社との約定を行うといった対応は、不適切と考えるがどうか。	も、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、顧客に対して特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行うときには、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。
320.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合解消予定の保険会社に係る比較推奨の取扱いについて 監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)(注1)(注2) 乗合代理店が特定の保険会社との委託契約を解消(乗合解消)する方針を決定している場合において、当該保険会社の商品を比較推奨販売の対象から除外することを、「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由」として明示的に認めるよう、規定の整備又は解釈を明確化していただきたい。 〇顧客に対する長期的責任とアフターフォローの維持 保険契約は長期間にわたるものが多く、契約締結後の保全手続き、給付金請求のサポート、事故対応等において、代理店による継続的な関与は顧客にとって極めて重要である。 近いうちに乗合解消(委託契約の終了)を予定している保険会社の商品を、現時点で登録があるという理由だけで比較推奨販売の対象とし、新規契約を締結させることは、将来的に十分なサポートを提供できなくなる可能性が高く、結果として顧客の利益を損なうことにつながる。 改正案の(注1)では、代理店の手数料水準等の「代理店の	委託契約の終了予定があることや、既契約者対応のために代理店委託契約を継続していることのみをもって、当該保険会社の保険契約を当然に比較推奨販売の対象外とすることは適切ではありません。 比較推奨販売の対象となる「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 したがって、乗合解消や既契約者対応のみへの移行に伴い、新規募集を停止する場合において、乗合代理店の判断のみではなく、所属保険会社等との間で、例えば、新規募集停止の対象となる保険契約、停止時期、既契約の保全・更改対応の範囲等について、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化されているときには、新規募集の場面において、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 加えて、顧客に対しては、取扱保険会社・保険契約の範囲や、当該保険契約を新規に保険募集しない理由について、誤認を与えな

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		都合」による選別を禁じているが、「アフターフォロー体制の維持が困難になるため、取扱い終了予定の商品を推奨から外す」という判断は、代理店側の利得を目的としたものではなく、顧客に不利益を与えないための「合理的理由」に基づいたものである。 登録抹消の手続きには一定の期間を要するため、契約解消の意思決定から実際の登録抹消までの「移行期間」において、無理に販売を継続させることは、適正な募集管理態勢の構築を阻害する恐れがある。 〇募集現場における予見可能性の確保 現在の改正案の表現では、登録がある全ての保険会社を画一的に比較対象に含めるべきとの誤解を招く懸念がある。 もし、解消予定の商品を除外したことが「恣意的な誘導」や「不適切な比較」と判断されるリスクがあれば、代理店は顧客にとって望ましくない選択肢を提示せざるを得なくなる。 あらかじめ「取扱い終了予定であるため、比較推奨から除外している」旨を顧客に説明することを条件に、除外を認めるべきと考える。 具体的な修正・追記案(要望) (注1)又は(注2)に関連する留意事項として、以下の趣旨の内容を追記することを提案する。 「なお、特定の保険会社との委託契約の終了を決定している場合など、顧客に対する継続的なサービス提供や保全態	いよう適切に説明することが重要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		勢の維持に支障が生じる合理的な理由がある場合には、その理由をあらかじめ顧客に説明することを条件に、当該保険会社の商品を比較推奨販売の対象から除外して差し支えない。この場合、当該除外は『代理店の都合による選別』には該当しないものとする。」	
321.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店において、過去にA保険会社の保険契約を募集していたため、現在も有効なA保険会社の保険契約が若干残っている場合に、既契約者の利便性を考慮してA保険会社との代理店業務委託契約を解除できないケースがある。 そのような場合、A保険会社と乗合代理店の間でA保険会社の保険商品について新規募集を行わず、既契約者の希望に応じた更改手続のみを行う旨を合意すれば、乗合代理店による新規募集の場面ではA保険会社の保険商品は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないという理解でよいか。	
322.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売に関する改正監督指針は、乗合代理店に対して生命保険会社との代理店業務委託契約に違反することを求めている訳ではないという理解でよいか。 具体的にいえば、まず、乗合代理店とA生命保険会社の間では、「本件契約に関して知り得た乙及び乙の顧客に関する情報を秘密として保持するものとし、第三者に開示、漏洩してはならず、本契約の目的以外に利用してはならない。」(乙はA生命保険会社を指す)旨の条項を含む代理店業務委託契約を締結している。 その状況において、A生命保険会社とB生命保険会社を取	今般の改正については、乗合代理店に対して、所属保険会社等との代理店委託契約や関係法令に違反する行為を求めるものではありません。 乗合代理店が、ある所属保険会社等の代理店業務を通じて取得した顧客情報や契約情報を、他の所属保険会社等の保険募集に利用する場合には、個人情報保護法その他の関係法令、代理店委託契約上の秘密保持義務・目的外利用禁止等を踏まえ、適切に取り扱う必要があります。 したがって、当該情報を乗合他社の保険募集に利用することが、所属保険会社等との契約や関係法令上認められない場合に

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		り扱う乗合代理店がA生命保険会社の保険契約(既契約)を締結済みの顧客を担当している場合に、乗合代理店がA生命保険会社の当該既契約の情報(顧客に関する情報を含む)を利用してB生命保険会社の保険契約を募集することは、A生命保険会社との代理店業務委託契約においてA生命保険会社の代理店業務を遂行する過程で得られた情報(顧客に関する情報を含む。)について目的外利用が禁止されている以上、A生命保険会社が承諾しない限り認められないという理解でよいか。 なお、現行監督指針においても、個人情報に関して「保険募集人が、個人情報を乗合他社の保険募集や兼業部門での営業活動等に利用する場合、目的外利用が行われることのないよう、法令等に基づく適切な取扱いが行われなければならない点に十分に留意する必要がある。」と定めており、乗合他社の保険募集に利用する場合に目的外利用とならないよう注意喚起がなされていることも踏まえなければならないと考えている。	は、当該情報を利用して保険募集を行うことは適切ではありません。 なお、比較推奨販売にあたっても、顧客の意向把握・確認や情報提供等については、法令等に基づき適正に取得・利用できる情報を前提として行われる必要があります。
323.	Ⅱ－4－2－9(5)	二以上の比較可能な「同種の」保険契約について、「一時払終身保険」等の商品類型のみではなく、解約返戻金に市場価格調整(MVA)が入っているか否かなどでも顧客意向の分岐があると考える。 例えば、MVAが無い商品を望むという意向が把握できていれば、一時払終身保険のMVA無しの商品が「同種の」保険契約であり比較可能な商品であるという認識でよいか。	「二以上の比較可能な同種の保険契約」の考え方については、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.74～77のとおり、商品類型のみで形式的に判断されるものではなく、顧客の具体的な意向との関係で、個別具体的かつ実質的に判断される必要があります。 その上で、顧客の意向は多様であることを踏まえつつ、顧客が市

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			場価格調整(MVA)のない商品を希望する意向を明確に示している場合には、同じ一時払終身保険であっても、MVAの有無を踏まえて「比較可能な同種の保険契約」の範囲を判断することには一定の合理性があると考えられます。 　なお、特定の保険契約(群)の提案を前提として当該契約(群)に適合するよう、恣意的に顧客の意向を誘導することのないよう留意する必要があります。
324.	Ⅱ－4－2－9(5)	「比較可能な同種の保険契約」について、顧客の意向や顧客が重視する事項は考慮せず、単に、商品特徴・特性等(例. 定額・変額保険の別、保険料払込方法・決済方法、保障(補償)内容、保障(補償)期間、体況上の保険加入の容易さ、付帯サービス)に応じ、事前に保険代理店が保険商品を分類し、保険代理店内で保険代理店共通の「比較可能な同種の保険契約」を定めておくという理解でよいか。	「二以上の比較可能な同種の保険契約」の考え方については、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.74～77のとおり、保険募集人等が顧客の意向の把握過程において把握しようとする顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、当該保険契約が「比較可能な同種」のものと言えるかについて、個別具体的かつ実質的に判断されるべきものと考えます。
325.	Ⅱ－4－2－9(5)	「比較可能な同種の保険契約」は、主契約同士で比較可能かどうかを考えるのではなく、特約も含めて比較可能かどうかを判断するという理解でよいか(例.　医療保険と医療保険以外の保険種類・種目に付加可能な入院・手術・通院等の特約)。	「二以上の比較可能な同種の保険契約」の考え方については、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.74～77のとおり、主契約程度の意向の共通性が手がかりとなり得ますが、最終的には、顧客の具体的な意向、保険契約の対象となるリスクの種類及び保険給付の内容、保険契約の特性・類型等を踏まえつつ、実質的に判断されるべきものと考えます。
326.	Ⅱ－4－2－9(5)	銀行等、金融機関における窓販保険商品の取扱いについて、現在、銀行等では保険商品の窓販において、保険会社か	「二以上の比較可能な同種の保険契約」の考え方については、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ら業界制度商品(専用商品)の提供がなされている。 ただし、業界制度商品として確立されている保険商品には種類・数ともに限りがあり、保険種目にもよるが当該金融機関が代理店委託を行う保険会社が複数あるにもかかわらず、業界制度商品の取り扱いを行う保険会社はそのうち数社または1社のみとなっている実態がある。 なお、業界制度商品については、保険料収納方法や商品設計の面で特徴がある。 ある特定の種目において業界制度商品の提供が1社からしか行われていない場合において、代理店委託契約は複数の保険会社と交わしてある場合であっても、二以上の比較可能な同種の保険契約が存在しない場合と理解することは問題ないか。	案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.74～77のとおり、顧客の具体的な意向、保険契約の対象となるリスクの種類及び保険給付の内容、保険契約の特性・類型等を踏まえつつ、実質的に判断されるべきものと考えます。 貴見にある「業界制度商品」の具体的内容については必ずしも明らかではありませんが、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の該否を判断するに当たっては、貴見にある「業界制度商品」であることのみをもって判断すべきではなく、上記で示される考え方を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断されるべきものと考えます。
327.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売の対象が「比較可能な同種の保険契約」とされているが、商品の特性上、比較説明時に提供すべき情報の範囲が不明確なものが存在する。 自社開発したオリジナルのリースパッケージ商品(リース専用自動車保険)に付帯して提供されるリース保険が存在する。 当該リース保険の保険契約者は自社の関連会社であるリース会社であり、引受損保会社が異なっても補償内容や契約条件に実質的な差異はなく、顧客が享受する提供価値にも差は生じない。 一方、顧客と損保会社間の既存契約状況等により、リース料金(保険料相当額を含む)が変動する場合がある。	ご指摘のケースについては、保険業法第294条(情報提供義務)に基づく被保険者に対する情報提供の在り方を含め、リース契約と一体で提供される保険契約の内容、被保険者の属性や意向、補償内容、保険料相当額、又は、リース料金の算定方法等、引受保険会社ごとの差異等により判断が異なり得るため、個別具体的かつ実質的に判断する必要があることから、一律の見解を示すことは困難です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		また、当該保険料はリース月額料金に内包されており、顧客に対して保険料相当額を個別に開示していない。 自社開発のリースパッケージ商品に付帯するリース保険(引受損保会社は、自社と代理店契約を有する会社の中から選択可能)は、比較推奨販売の対象となるのか。 当該リース保険は、引受損保会社の違いによりリース料金が変動し得るものの、商品としての提供価値に差異は生じない。この場合、比較情報としては「損保会社の違いによるリース月額料金の差異」を提示すべきとの理解でよいか。 もっとも、取扱いのある損保会社すべてについて毎回リース料金を算定するには、顧客の既存契約の確認等が必要となり、代理店の実務負担が極めて大きい。 このため、当該リース保険を付帯する場合の比較説明について、以下の運用で足りるか、実務上の取扱いについて伺いたい。 (1)引受損保会社を選択できること、および損保会社の違いによりリース料金に差異が生じる可能性があることを説明する。 (2) 顧客の意向として、選定条件にリース料金を含めるかを確認する (3) 選定条件にリース料金を含める場合には、引受損保会社を2社程度に絞るため、リース料金以外の比較情報を提示する。 (4) 選定した損保会社ごとにリース料金を算定した見積書を提示し、最終的な引受損保会社を決定する。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
328.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)の「二以上の比較可能な同種」の商品か否かの判断において、主契約の共通性だけでなく、特約の内容や解約返戻金の推移など、詳細な商品特性と顧客の意向が合致しているかを実質的に判断すべきと理解する。 この点、顧客の具体的意向を確認していく中で、顧客が特定のニーズ(例:特定の疾病保障、特定の解約返戻率の推移、特定の付帯サービス等)を強く有しており、それが特定の商品特性(独自の特約等)とのみ合致していることが確認できた場合、説明の際には他商品の概要説明の機会も提供(顧客の求めに応じ説明する旨を表示)した上で、そのプロセスを適切に記録・保存することを前提に、一つの保険商品のみ説明することは可能か。	「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当するか否かは、主契約の共通性のみで判断されるものではなく、顧客の具体的な意向、対象となるリスク、保険給付の内容等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断される必要があります。 適切な意向把握の結果、例えば、顧客が特定の保障(補償)内容等を特に重視しており、その意向に合致する保険契約が一つに特定される場合には、当該保険契約のみを提示・推奨することはあり得ると考えられます。 ただし、その場合であっても、当該意向が顧客の主体的な判断に基づくものであり、保険募集人による恣意的な誘導によるものではないこと、及び当該保険契約を選別した基準や理由等が合理的かつ一定の具体性を有することが必要です。 また、顧客から他の保険契約について説明を求められた場合には、適切に対応するとともに意向把握や選別理由、説明内容等について、事後的に確認・検証できるよう、記録・証跡を保存することが重要です。
329.	Ⅱ－4－2－9(5)	ある商品が「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当するかどうかは、顧客の具体的な意向、カバーするリスクの種類及び保険給付の内容、商品の特性・類型等を踏まえつつ、個別具体的かつ実質的に判断する必要がある、との理解でよいか	貴見のとおりです。
330.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.の「比較可能な同種の保険契約」は、保険会社から保険募集の委託を受けた保険商品のみが対象との理解でよいか。 また、保険代理店によっては、保険代理店の諸事情等を理	「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該乗合代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。したがって、保険会社から委託を受けておらず、又は代理店委託契約若しくはこれに基づ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		由に保険会社から委託を受ける保険商品を委託契約書等により事前に絞り込んでいるケースもある。 　今回の監督指針改正後においても、保険会社から委託を受ける保険商品を事前に絞り込むことは許容されるか。	く覚書等により取扱範囲が限定されているため、当該代理店において、実際に取扱いが認められていない保険契約は、当該代理店における推奨販売の対象には含まれません。 　また、法人向け保険契約に限って委託を受けている場合の個人向け保険契約や、保険会社側の販売方針・情報提供の制約等により実際に取り扱えない保険契約についても、当該制約に係る取扱いが当該委託契約又は覚書等により明確化されている場合には、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の対象には含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 　なお、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 　また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該限定を行う場合には、当該代理店が取り扱う保険契約の範囲について誤認を与えないよう、適切に説明することが重要です。
331.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店が保険会社から委託を受ける保険契約の範囲を保険会社との間で明確に合意して、範囲外の保険契約を募集できない状態とした場合、募集できない保険契約は保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロに定める「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないという理解でよいか。 　なお、当該合意に合理性が認められ、かつ、乗合代理店や保険会社において当該合意を担保する体制を整備することを前提としている。	
332.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険会社の中には、例えば、代理店チャネルにおいて、法人向けに特色ある保険商品を積極的に展開する一方、個人向け保険商品の展開に消極的なところもある。 　そうしたケースにおいて、当該保険会社と乗合代理店が委託対象商品の範囲を法人向け保険商品のみに限定する旨を覚書等の締結により合意した場合、当該乗合代理店にとって、当該保険会社の個人向け保険商品を募集できない以上、当該商品は「比較可能な同種の保険契約」に含まれないという理解でよいか。	
333.	Ⅱ－4－2－9(5)	Web完結型の比較サイトや対面募集において、保険会社側のシステム制約、販売方針又は当該代理店への委託範囲の限定等、保険会社側の制約により、取扱いが不可能な保険商	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		品や当該代理店への情報提供が限定される商品(以下、「取扱い制約商品」とする。)が存在する場合がある。 　比較推奨販売においては、「比較可能な同種の保険契約」を示すことが求められるが、上記のような代理店の責に帰さない取扱い制約商品については、顧客に対して、掲載商品が取扱可能商品の全部ではない旨及びその選定基準を適切に説明する限りにおいて、比較対象から除外することに合理的な理由(正当な理由)があると認められるという理解でよいか。	
334.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)B.の「乗合代理店が二以上の比較可能な同種の保険契約の中から、顧客の意向に沿って保険契約を選別することにより、保険契約を提示・推奨しようとする場合には、規則第227条の2第3項第4号ロの規定の趣旨を踏まえた上で、保険募集の実務や募集形態等に応じて、以下の事項を遵守しているか。」に関して、「二以上の比較可能な同種の保険契約」とは、保険会社から委託契約書に基づき販売を委託され代理店が取り扱うことができる商品のうち、比較可能な同種の保険契約を指す、という理解でよいか。	
335.	－	保険会社と乗合代理店の合意によって保険会社が乗合代理店に対して委託する保険商品が限定される場合は、乗合代理店が委託を受けていない保険商品(非委託商品)を募集できない以上、乗合代理店にとって非委託商品は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないと理解している。 　かかる合意の証跡として、例えば、保険会社が乗合代理店	「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等において、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 　したがって、保険会社と乗合代理店との間で、委託対象の保険契約の範囲が明確化されている場合には、当該委託されない保険契約は、当該代理店における推奨販売の対象には含まれないものと

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		に対して委託する保険商品の範囲が限定されていることが理解できるメールのやり取りを保管しておくことも許容されるという理解でよいか。	考えられます。 貴見にある「合意の証跡」等、当該委託契約等に係る具体的な手続き等に関する事項については、委託対象の保険契約の範囲が明確に確認できるよう、契約当事者間において定められるべきものと考えます。 また、上記の場合において、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 なお、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 このほか、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該限定を行う場合には、当該代理店が取り扱う保険契約の範囲について誤認を与えないよう、適切に説明することが重要です。
336.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法第98条第2項に基づく認可を得て、他の保険会社の業務の代理又は事務の代行を行う保険会社についても、比較可能な同種の保険契約がある場合、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)(乗合代理店における比較推奨販売)の対象となり得る、との理解でよいか。	貴見のとおりです。
337.	Ⅱ－4－2－9(5)	代理店は保険会社との委託契約により保険契約の締結権を代理することができるが、委託契約において保険会社の規定等を遵守すべき旨の条項が含まれている。	代理店委託契約上の取扱範囲に係る規定等により、特定の条件に該当し、保険募集又は引受けができない保険契約が存在する場合には、当該保険契約は当該保険募集において「比較可能な同種の

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		そのため、保険会社が定める規定等により引受が制限される場合(例えば、恒常的に損害率が高い特定の物件や、モラルリスクが懸念される高額の保険金額での引受け等)、保険会社からの委託を受けている種目においても、一部の商品について募集ができないケースがある。このケースにおいて、顧客が当該補償を希望するときは、当該保険会社の商品は比較可能な同種の保険契約とは言えず、比較推奨販売の対象外と考えてよいか。	保険契約」には含まれないものと考えられます。
338.	Ⅱ－4－2－9(5)	ECサイト等で募集を行う場合において、保険会社のシステム的な都合により、代理店のサイトからの募集導線が確保できないケースがある。 こうしたケースにおいては、募集導線が確保できていないために販売することができない保険会社の商品と、募集導線が確保できている保険会社の商品は比較可能な同種の保険とは言えず、比較推奨販売の対象外と考えるがどうか。 なお、この場合においても、取扱保険会社に関する権限明示を適切に実施する必要がある。	権限明示を適切に実施するとしつつ、一部の所属保険会社等の保険契約を取り扱えないとする貴見のケースの具体的状況が必ずしも明らかではなく一律の回答は困難ですが、一般論として、保険会社都合によるシステム設計上の制約又は技術的制約により、募集導線を確保できず、特定の保険契約について保険募集を行うことが不可能となる場合には、当該保険契約は取り扱う保険契約から除外され、比較推奨販売の対象外になるものと考えます。 ただし、その場合であっても、当該取扱いが乗合代理店における恣意的な運用につながらないよう、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等によりあらかじめ明確化されていることが望ましいと考えます。
339.	Ⅱ－4－2－9(5)	生保・損保ともに複数社乗合している代理店において、顧客の意向に沿って比較推奨販売を行うに当たり、特定保険会社の特定商品について販売実績や経験不足、商品知識等に課題を感じた場合には、顧客本位の業務運営の観点から会社として当該商品を販売しない旨、お客さまに明示し、その上で、比較推奨販売における説明商品から除外してもよ	乗合代理店において、比較推奨販売の対象となる保険契約は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 したがって、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由により取扱範囲を限定する場合であっても、代理店単独の社内判断や顧客への説明のみでは足りず、所属保険会社等との間で、

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		いか。	対象となる保険契約・保険種類等の具体的範囲や取扱いを代理店委託契約又は覚書等により明確化される必要があります。 なお、当該限定により、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、顧客に対して特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該限定を行う場合には、当該代理店が取り扱う保険契約の範囲について誤認を与えないよう、適切に説明することが重要です。
340.	―	顧客意向に沿った保険契約の選別を行う事を前提とするが、所属保険会社が相当数ある乗合代理店については、全ての所属保険会社の全ての保険契約の内容を把握する事は難しく、現実的では無いと思われる。 また、選別された結果、取扱いの少ない保険契約を説明する事は、誤った情報を顧客に伝えるリスクも増え、顧客との間でトラブルを生じる可能性も考えられる。 そこで、当該乗合代理店における顧客属性等を踏まえた上で、所属保険会社との間で以下の様な事を取り決める事は容認されるか。 もしくは、所属保険会社との取り決めによらず、当該乗合代理店において機関決定することで限定することは容認されるか。 ・　当該乗合代理店で取り扱う保険契約を限定する。 ・　当該乗合代理店で取り扱う保険種類(例えば、A損保会社とは、火災保険・傷害保険・自動車保険・賠償責任保険。B保険会社とは、火災保険・賠償責任保険のみ など)を限定する。	
341.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店は、自身の判断(社内規則等)のみで、取り扱う商品を限定することは適切ではなく、乗合代理店が保険会社から委託契約書に基づき販売を委託され取り扱うことができる商品の中から取り扱う商品を限定する場合においては、取り扱う商品を限定する合理的な理由が認められること、かつ、乗合代理店の判断(社内規則等)のみではなく、保	貴見のとおりです。 乗合代理店が取り扱う保険契約の範囲を限定する場合には、比較推奨販売の適正化の観点からは、乗合代理店が社内規則等のみにより、取扱保険契約や保険種類、営業所・店舗ごとの取扱保険契約を恣意的に限定し、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するような運用は適切ではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		険会社と乗合代理店の委託契約書(委託契約書に基づく覚書を含む)で定めること、かつ、限定された商品以外は乗合代理店が取り扱えないよう措置(例えば、代理店がシステムにおいて当該商品の申込を出来なくする対応等や、保険会社が帳票・募集書類一式を代理店に送付しない対応、保険会社によるシステム対応等が考えられる。)を講じることが必要である、という理解でよいか。	また、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由により取扱範囲を限定する場合であっても、所属保険会社等との間で当該委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化される必要があります。また、このとき、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、例えば、システム制御、募集書類・帳票の管理、保険会社による取扱制限等、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 なお、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該限定を行う場合には、当該代理店が取り扱う保険契約の範囲について誤認を与えないよう、適切に説明することが重要です。
342.	―	いわゆる「テリトリー制」の弊害を念頭にした議論があると思料するが、代理店が勝手な判断で商品選定をすること、さらに営業所ごとに扱う保険商品を制約することは望ましくないと認識している。 よって、取り扱い商品の採用自体を代理店が選択する場合や、店によって取り扱う商品を変える場合には、委託契約書(それに紐づく各種書類(例えば覚書等)を含む。)によって、保険会社と合意することが適当と考えるが如何か。	
343.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店において、変額保険及び外貨建保険を販売している所属生命保険会社のうち、一部の所属生命保険会社についてのみ保険募集人の変額保険販売資格者登録及び外貨建保険販売資格者登録を行っている場合、顧客の意向により変額保険・外貨建保険を提案する際に当該登録を行っている所属生命保険会社のみを対象に変額保険・外貨建保険を選別・推奨することは「保険募集人や乗合代理店の都合による」ものではないとの理解でよいか。	所属保険会社等との代理店委託契約又はこれに基づく覚書等において、貴見のケースに係る取扱いが具体的に定められている場合には、取り扱う保険契約にはならず、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の対象にはならないものと考えます。 ただし、その場合であっても、顧客に対しては、乗合代理店全体として当該保険契約を取り扱うことが可能であり、顧客が当該保険契約の説明又は提案を希望する場合には、必要な資格等を有する他拠点の保険募集人に引き継ぐなど、顧客の適切な商品選択の機会を不当に狭めない対応が重要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			なお、合理的な理由なく、当該取扱いを形式的に利用して、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。
344.	Ⅱ－4－2－9(5)	拠点毎に配置された保険募集人の販売資格や届出・登録状況が異なる乗合代理店において、例えば少額短期保険募集人が在籍していない拠点や変額保険販売資格者登録・外貨建保険販売資格者登録された保険募集人が在籍していない拠点で、顧客の要望に応じて必要な資格を有する他拠点の保険募集人にて対応することもできることを明示しておくことで、当該拠点としては在籍する保険募集人にて販売できる範囲を比較可能な同種の保険契約として提示・推奨することは認められるとの理解でよいか。	比較推奨販売の対象となる「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、原則として、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 一方、少額短期保険募集人や変額保険・外貨建保険の販売資格登録を有する募集人が特定拠点に在籍していない場合など、当該拠点の保険募集人が、法令上又は制度上、保険募集ができない保険契約については、提示・推奨し得ない場合があると考えられます。 ただし、乗合代理店のみの判断により、取り扱う保険契約が限定されることは適当ではなく、所属保険会社等との間で、その具体的な範囲や取扱いについて、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により合意が形成される必要があると考えます。 顧客に対しては、乗合代理店全体として当該保険契約を取り扱うことが可能であり、顧客が当該保険契約の説明又は提案を希望する場合には、必要な資格等を有する他の保険募集人に引き継ぐなど、顧客の適切な商品選択の機会を不当に狭めない対応が重要です。 また、こうした取扱いを行う場合には、顧客の適切な商品選択の機会の実質的な阻害とならないよう留意するとともに、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理し、顧客に誤認を与

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			えないよう適切に説明することが重要と考えます。
345.	Ⅱ－4－2－9(5)	各乗合保険会社との協議により、委託契約書や覚書等の内容を変更し、取り扱い種目・商品をあらかじめ限定することにより事前に推奨商品を絞り込む手法は、潜脱行為とみなされるのか。	代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、取扱種目や保険契約を限定すること自体が、直ちに比較推奨販売規制の潜脱となるものではありません。 顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由により、取扱範囲を限定する場合には、所属保険会社等との間で当該委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化される必要があります。また、このとき、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 なお、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該限定を行う場合には、当該代理店が取り扱う保険契約の範囲について誤認を与えないよう、適切に説明することが重要です。
346.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針改正案Ⅱ－4－2－9(5)に関連し、乗合代理店(A・B・C社の乗合代理店)とA保険会社との合意で、ある店舗ではA保険会社の保険契約を取り扱わないという合意をした場合、当該店舗においては、例えば医療保険(当該代理店においてA・B・C社の医療保険の取扱いはある。)を募集するにあたり、「二以上の比較可能な同種の保険契約」にはA社の医	保険会社との合意に至る具体的な事情・背景が必ずしも明らかでありませんが、比較推奨販売の対象となる「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 一方で、顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		療保険は含まれない(B・C社のみが比較の対象となる。)という理解でよいか。	なく、形式的な委託範囲の限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、顧客に対して特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。
347.	―	乗合代理店が特定の商品を一部の組織(支店・営業部等)・保険募集人に限定して取り扱わせる場合においては、委託契約の在り方によっては、所謂、「テリトリー制」を実質的に存続させ、権限明示や比較推奨販売の形骸化にも繋がり得るため、取扱いを限定するより合理的な理由が認められること(特定の商品を取り扱う場合には資格取得が必要である等)、かつ、乗合代理店の判断(社内規則等)のみではなく、保険会社と乗合代理店の委託契約書(委託契約書に基づく覚書を含む。)で定めること、かつ、特定の商品の取り扱いが認められない他の組織(支店・営業部等)・保険募集人が当該商品を取り扱うことがないような措置を講じることが必要である、という理解でよいか。 なお、保険会社から乗合代理店への便宜供与の見返り等として特定の保険会社の商品を推奨するために、乗合代理店が取り扱う商品を限定することは、顧客の適切な商品選択の機会を確保する観点から適切ではない、という理解でよいか。	貴見のとおりです。 顧客本位の業務運営の確保を目的とする合理的な理由により乗合代理店が特定の保険契約を一部の組織又は保険募集人に限定して取り扱わせる場合であっても、当該限定を行うことにより、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、顧客に対して特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営が行われ、比較推奨販売規制の潜脱とならないよう留意する必要があります。 その上で、資格要件、専門性、管理態勢等の合理的な理由により、取扱範囲を限定する場合には、所属保険会社等との代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、その具体的範囲を明確に定めることが必要です。 また、取扱いが認められない組織又は保険募集人が当該保険契約を誤って募集しないよう、システム制御、資格管理、募集書類の管理等により、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理することが重要と考えます。
348.	―	乗合代理店は、保険会社から委託を受け、顧客に対してあらかじめ権限明示を行う義務が課されている中、乗合代理店が独自の理由で社内規則等において、「特定の店舗は、特	貴見のとおりです。 ご指摘のように、乗合代理店が独自の判断で社内規則等により「特定の店舗では特定の保険会社の商品しか取り扱わない」など

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		定の保険会社の商品しか取り扱わない」旨を定めて販売することは、所謂、「テリトリー制」を惹起させるものであり、顧客の適切な商品選択の機会を阻害し得るものであると考えられることから、こうした対応は許容されない、という理解でよいか。 （理由） 乗合代理店が保険会社からの便宜供与等の見返りとして、顧客に対して特定の保険会社の商品を優先的に推奨することは問題であるところ、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、乗合代理店が、特定の店舗ごとに単独の所属保険会社を設定するおそれがあり、当該おそれを払拭することができないと考えられるため。	と定め、実質的に顧客の適切な商品選択の機会を阻害するような運用は適切ではありません。 特に、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱う目的で取り扱う保険契約を代理店委託契約又はこれに基づく覚書等で限定して業務運営を行うことは、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害し得るものとして問題となり得ます。
349.	―	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)に関して、乗合代理店が比較推奨販売を行う際に、新商品の教育・研修の実施が必要となるため、一時的に販売態勢が整っていない新商品の提示まで求められるものではないが、例えば、顧客からの照会等があった場合には、当該商品を提示しない理由を説明することが望ましいとの理解でよいか。	貴見のとおりです。 なお、新商品については、保険募集人への教育・研修、システム対応、募集資料の整備等が完了しておらず、当該代理店において適切な説明・募集を行う態勢が整っていない場合には、当該商品を直ちに提示・推奨することまで求められるものではありません。 ただし、当該取扱いは、代理店の恣意的な判断により比較対象を限定するものとならないよう、所属保険会社等との間で、販売開始時期、取扱範囲、必要な教育・管理態勢等について、明確に整理されていることが重要です。 また、顧客から当該商品について照会があった場合には、現時点で提示・推奨できない理由や、必要に応じて今後の取扱予定等を分かりやすく説明すること、代理店のホームページ等で取扱開始時期を予め公表するなどの対応を行うことが望ましいと考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			なお、販売態勢未整備を理由として、恒常的に特定の商品を比較推奨販売の対象から除外し、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害し得る業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。
350.	―	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)について、複数の意向を組み合わせて絞りこんだ「比較軸」を事前に確定した上で提示する試算的サンプル見積は、改正後も許容されるか。 試算的なサンプル見積の提示は慎重であるべき、又は原則として許容されないとの整理が示された場合、顧客の意向に沿った比較軸を具体化するためには、より多くの保険会社又は保険契約の見積を提示せざるを得ない運用が生じる可能性がある。 しかしながら、実際の保険料はリスク細分後の条件により大きく変動するため、当該顧客の条件を反映しない多数社の見積提示は、顧客にとって理解しやすい比較とは言い難く、かえって判断を困難にし、形式的な比較に陥るおそれがある。 これに対し、顧客の「比較軸」に基づいた顧客の意向範囲に含まれる代表的な数社を選定し、当該顧客の条件を前提とした試算的な保険料例を提示することは、顧客が自身の価値判断と保険料水準との関係を具体的に理解し、比較軸を明確化する上で、実務上合理的であり、顧客が自己の意向に基づき商品選択を行うことを可能とする点で、顧客本位の業務運営の趣旨にも合致する方法と考えられる。 したがって、試算的サンプル見積の提示を一律に否定す	貴見にある「比較軸」の意味するところが必ずしも明らかではありませんが、一般に、保険料水準、保障(補償)内容、付帯サービス等の比較項目を整理し、顧客の意向に応じて、保険料の試算情報を参考情報として提示すること自体は直ちに否定されるものではありません。 ただし、当該試算情報は、意向形成を促し、又は意向の明確化のためのものであり、あらかじめ特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導するものであってはなりません。 また、当該試算情報を提示する場合には、Ⅱ－4－2－2(9)④などに留意しつつ、可能な限り同一又は近似の条件にした上で、その条件の違いが保険料や保障(補償)内容に与える影響について、顧客に誤認を与えないよう留意することが重要です。 その上で、特定の保険契約を選別し、推奨する場合には、顧客の意向に照らし、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき説明する必要があります。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及び顧客の求めに応じてそれらの保険契約の概要又は契約内容を説明する必要があります。 なお、保険料の試算情報を提示する行為が保険契約の選別に当たり得るか否かについては、当該試算情報の名称や形式のみで一律に判断されるものではなく、実質的に特定の保険契約への誘導となっていないか等を個別具体的に判断する必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		るのではなく、その目的が「比較対象商品の選別」ではなく「顧客の意向及び比較軸の理解促進」(詳細意向の把握に貢献)にある場合には、一定の範囲で許容されるとの整理が、改正趣旨と実務運用の両立の観点から望ましいと考える。 なお、比較軸は、単一(例：保険料のみ)又は複合(例：保険料＋補償範囲＋付帯サービス等)となり得るため、事前に顧客意向に応じて適切に設定する必要がある。	
351.	―	保険会社との委託契約が継続しており、かつ当該保険会社の商品(特定種目)の既契約を保有している場合であっても、代理店の経営判断(体制整備上の理由等)により、法改正後の「新規の推奨・販売」の対象から当該商品を除外することは許容されるか。 ■ 理由 過去に販売した商品の契約(既契約)が積み上がっている一方で、昨今の法改正、現在の人員体制や専門性の変化により、当該商品の新規販売を行うには十分な知識・体制を維持できないケースが発生する可能性がある。 このような場合、無理に全商品の販売を継続することは、説明不足等により顧客の利益を損なう恐れがあるため、以下の運用が法令上問題ないことを確認したい。 1. 既契約の保護と新規募集の分離 既存の契約者に対する保全・更新業務は継続しつつ、新規の顧客(あるいは既契約者の追加契約)に対する推奨商品ラインナップからは、当該商品(または種目)を除外すること。	取扱商品一覧などといったものから特定の保険契約又は保険種目を除外することのみをもって、当該保険会社の保険契約が当然に保険募集時の比較推奨販売の対象外となるものではありません。 比較推奨販売の対象となる「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 したがって、特定の保険契約・種目について、既契約の保全・異動対応のみを継続し、新規募集を行わない取扱いとする場合において、所属保険会社等との間で、例えば、新規募集停止の対象となる保険契約・保険種目、停止時期、既契約対応の範囲や取扱い等について、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化されているときには、新規募集時において、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		2. 推奨除外の正当性 上記のような「体制不備を理由とした取扱い商品の縮小」は、いわゆる「代理店都合による恣意的な絞り込み」には該当せず、顧客に対する責任ある販売体制の構築として認められること。	また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該保険会社について、「新規募集は行わず、既契約の保全・異動対応のみを行う」旨など、取扱範囲について誤認を与えないよう適切に説明することが重要です。
352.	Ⅱ－4－2－9(5)	更新のみしか行っていない保険会社の商品について、「新規募集は行わないが、既存契約の更新は対応する」旨をホームページに記載した上で、比較推奨販売の対象から除外することは可能か。	
353.	Ⅱ－4－2－9(5)	新規契約の取扱いを停止(既契約の異動対応のみ実施)している保険会社は、「新規募集は行わず既存契約の異動対応のみ実施している」旨を取扱い保険会社一覧に記載した上で、比較推奨販売の対象から除外することは問題ないか。	
354.	Ⅱ－4－2－9(5)	損害保険1社専属化に向けた移行期間(乗合解除予定の損保と取引があるものの、既契約の更新を迎える都度、専属1社に契約を切り替えていくための期間)であれば、乗合解除予定損保は比較推奨販売の対象外とすることができるとの理解でよいか。	専属化に向けた移行期間中であることのみをもって、代理店委託契約の解除予定の保険会社の保険契約が比較推奨販売の対象外となるものではありません。 比較推奨販売の対象となる「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 したがって、乗合解除予定の保険会社の保険契約について、新規募集又は更新時における具体的な範囲や取扱い等が、所属保険会社等との間で代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化されている場合には、当該募集時において、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			されないよう、保険会社及び代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 　このほか、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、取扱保険会社・保険契約の範囲について誤認を与えないよう適切に説明することが重要です。
355.	Ⅱ－4－2－9(5)	代理店においては、代理店に対する業務フォロー等サービス体制の不足、所属保険会社にて現行商品の新規・更新契約を停止している等の理由などで、既契約の維持・保全のみのために代理店契約を継続しており、実務的に当該保険会社の商品の提示・推奨を行っていないケースが存在する。 　その場合において、代理店契約があるからという理由のみで、比較推奨の対象とする事は不合理と考える。 　そこで、「あらかじめ所属保険会社等の商号等を明らかにした上で」を踏まえ、顧客宛て説明資料に所属保険会社の一覧等には当該保険会社名を記載するが、「新規・満期更新時の商品提示・推奨は行っていない」等を補記する事は、妨げられないと考えるがその理解でよいか。	比較推奨販売の対象となる「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 　したがって、既契約の維持・保全のみを目的として代理店委託契約を継続し、新規募集や満期更新時に特定の保険契約の提示・推奨を行わない場合において、乗合代理店の判断のみではなく、所属保険会社等との間で、その具体的範囲や取扱いについて、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により明確化されているときには、新規募集の場面において、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 　その上で、顧客向け説明資料等に所属保険会社名を記載しつつ、「新規募集・満期更新時の商品提示又は推奨は行っていない」等の旨を補記することは、顧客に誤認を与えないための対応として考えられます。 　なお、当該取扱いによって、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
356.	Ⅱ－4－2－9(5)	例えば、A保険会社、B保険会社及びC保険会社と乗り合う代理店が、新規募集についてA保険会社及びB保険会社の保険契約とし、C保険会社の保険契約は既契約者対応のみの取扱いとしたいというケースがある(例えば、乗合代理店が取り扱うC保険会社の既契約数が非常に少ないが、C保険会社との代理店業務委託契約を全て解除してしまうと、既契約者の利益を損なうような場合に、かかるケースが生じることになる。)。 かかるケースにおいて、乗合代理店とC保険会社が「C保険会社の保険契約は既契約対応のみとする」旨を覚書締結等によって合意すれば、乗合代理店による新規募集においてC保険会社の保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないと考えられるが、C保険会社が合意を拒否するケースがあると懸念している。 この点、C保険会社が覚書締結等による合意を拒否する場合、乗合代理店は、C保険会社の既契約者の利益を損なわないようにするため、乗合代理店からの事前通知により代理店業務委託契約の一部を解除することによってC保険会社との代理店業務委託契約の委託業務を既契約者対応のみの範囲とすれば(代理店業務委託契約書上、乗合代理店からも例えば60日前予告により当該契約を一部解除できる旨が定められているケースがある。)、C保険会社との合意が成立しなかったとしても、乗合代理店による新規募集においてC保険会社の保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないという理解でよいか。	ご指摘のケースは、代理店委託契約の内容、一部解除の可否・効力発生時期、当事者間の合意状況等に関わるものであるため、一律にお答えすることは困難です。 一般論として、比較推奨販売の対象となる「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 したがって、保険会社との合意又は有効な契約変更・一部解除等により、特定保険会社の保険契約について新規募集を行わず、既契約者対応のみを行う取扱いが明確化されている場合には、新規募集の場面において、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。 一方で、一部解除の効力が発生していない段階で、乗合代理店の一方的判断のみをもって、直ちに「二以上の比較可能な同種の保険契約」から除外できると判断されるものではないと考えます。 また、上記の場合において、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 なお、当該取扱いによって、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営を行う場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。 顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、新規募集を行う保険会社・保険契約と、既契約者対応に限る保険会社・保険契約との違いについて、誤認を与えないよう適切に説明することが重要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		また、代理店業務委託契約の一部解除の効力が生じるのは厳密にいえば事前通知期間経過後になるが、当該契約の一部解除の意思表示を行った以上、それ以降は、乗合代理店による新規募集においてC保険会社の保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないという理解でよいか。 なお、乗合代理店がC保険会社との代理店業務委託契約の一部解除の意思表示を行った場合に、それに対抗してC保険会社が乗合代理店との代理店業務委託契約の全部解除を行うことは、乗合代理店が取り扱うC保険会社の保険契約の既契約者の利益を損なうものであると思料する。	
357.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合保険会社を減らす検討をする場合、契約者への案内や契約移管、委託契約解消の事務処理などで一定の準備期間を必要とするが、その間、当該保険会社については見込み客等への告知等を行った上で、比較推奨販売から除外する運用をしても差し支えないか。	所属保険会社等を減らす方針を検討又は決定していることや、見込み客等へ告知することのみをもって、当該保険会社の保険契約を当然に比較推奨販売の対象外とすることは適切ではありません。 比較推奨販売の対象となる「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 したがって、委託契約の解消又は取扱停止に向けた準備期間中であっても、例えば、新規募集停止の対象となる保険契約、停止時期、既契約の保全対応等について、所属保険会社等との間で代理店委託契約又は覚書等により明確化されている場合には、新規募集の場面において、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。また、このとき、取り扱えない保険契約が誤って顧客へ提案されないよう、保険会社及び

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			乗合代理店において実態に即して実効的に管理されることが重要と考えます。 顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、新規募集を行う保険会社・保険契約と、既契約者対応に限る保険会社・保険契約との違いについて、誤認を与えないよう適切に説明することが重要です。
358.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店が、取引保険会社を見直し、一部の保険会社の委託契約を解除する際、当該保険会社と代理店委託契約書や覚書を締結し、顧客の意向に沿うための当面の対応として、当該保険会社について継続契約のみ取り扱うものとすることがある。 このようなケースにおいて、当該保険会社の保険商品に関しては継続契約に限定され新規販売しないことから、「比較可能な同種の保険契約」には含まれないと解するという理解でよいか。 その際、取扱い可能な商品については保険会社の教育・管理・指導のもと、乗合代理店が、取扱い可能な所属保険会社として、当該保険会社は継続契約に限定されることを明らかにするとともに、代理店のホームページ上にも事前に公表等することによることが望ましいとの理解でよいか。	貴見のとおりです。 乗合代理店が顧客本位の業務運営の確保を目的として一部の保険会社との委託関係を見直すにあたり、当該保険会社との代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該保険会社の保険契約について新規募集を行わず、継続契約のみ取り扱う旨が明確に定められている場合には、新規募集の場面において、当該保険契約は「二以上の比較可能な同種の保険契約」に含まれないものと考えられます。 なお、当該取扱いが実態としても確実に確保されるよう留意するとともに、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うなど、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するおそれのある業務運営が行われ、比較推奨販売規制の潜脱とならないよう留意する必要があります。 また、顧客に対しては、権限明示を適切に実施するとともに、当該保険会社の保険契約は継続契約に限り取り扱う旨を分かりやすく説明し、必要に応じてホームページ等でも公表するなど、取扱範囲について誤認を与えない対応を行うことが重要です。
359.	Ⅱ－4－2－9(5)	「比較可能な同種の保険契約」について、乗合代理店が顧客へ提案可能な保険商品において、「対面販売商品」や「保	比較推奨販売の対象となる「二以上の比較可能な同種の保険契約」は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		険会社側のシステムで重要事項説明や申込手続き等を行うインターネット完結型商品」、「通販商品」が「比較可能な同種の保険契約」といえる場合、これらの販売商品のすべてが比較推奨販売の対象になるのか確認したい。 例えば、対面販売の際に、インターネット完結型商品や通販商品は「比較可能な同種の保険契約」として考慮する必要はないという整理になるのか確認したい。 この場合、インターネット完結型商品や通販商品も取り扱っている旨を情報提供する対応が必須となるのか確認したい。	店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 したがって、乗合代理店が取り扱う保険契約が「対面販売商品」、「インターネット完結型商品」又は「通販商品」といった販売形態ごとに区分できる場合であっても、当該区分が異なることのみを理由として、異なる区分に属する保険契約が「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当しないと直ちに判断されるものではありません。 当該判断に当たっては、顧客の具体的な意向や保険契約の対象となるリスクの種類及び保険給付の内容等を踏まえつつ、個別具体的かつ実質的に判断される必要があるため、一律の見解を示すことは困難です。
360.	Ⅱ－4－2－9(5)	ダイレクトメッセージ(以下、DMとする。)の送付をきっかけに代理店の店舗窓口へお誘いするケースは多いが、全商品(100商品程度)の情報は掲載できないため、新商品など、新しい情報のみを提示することになる。 このような場合、顧客は少ない商品情報で来店してくることになり、意向把握自体が未了と解釈されると考えているが、例えば、来店後に通常の意向把握を行い、DMで情報提供した商品以外に興味が移った場合、当該商品の比較推奨提案に切り替えることが必要との理解でよいか。	ダイレクトメッセージ(DM)により一部の保険契約の情報を提供したことのみをもって、顧客の意向把握が完了したものとはいえず、顧客が乗合代理店に来店した際には、顧客が示した関心事項等も踏まえつつ、アンケートや対話等の通常の意向把握プロセスに則り、顧客の具体的な意向を把握する必要があります。 その結果、DMで案内した保険契約以外の保険契約又は保険種類について、「比較可能な同種の保険契約」が複数存在する場合には、当該意向に沿って、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)の規定に係る対応を適切に行う必要があります。
361.	Ⅱ－4－2－9(5)	現在、ホームページに特定の保険会社のネット募集が可能な保険種目(種類)のバナーを掲載している。保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが廃止された場合、乗合保険会社すべてのバナー(取扱い実績がある場合)をホームページに掲載する必要があるのか、それとも従前どおり特定	貴見のケースにおける「バナー」の具体的な表示内容や掲載方法等が必ずしも明らかでないため、一律の見解をお示しすることは困難です。 一般論として、バナーの表示内容、掲載方法、掲載位置、遷移先の内容等により、特定の保険会社又は特定の保険契約を選別し、提

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		の保険会社のバナーのみを掲載すればよいのか確認したい。	示・推奨していると評価され得る場合には、比較推奨販売に係る規定の適用関係を検討する必要があります。 　また、特定の保険会社のバナーのみを掲載する場合には、顧客に対して、当該代理店が取り扱う保険会社又は保険契約全体を表示しているかのような誤認を与えないよう留意する必要があります。 　加えて、当該掲載が、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱う目的又は効果を有するなど、実質的に特定の保険契約の優先的な取扱いを誘引し得るものとなっている場合には、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するものとして問題となり得ます。 　したがって、掲載するバナーの範囲や選定理由については、必要性・合理性・相当性を踏まえ、顧客に誤認を与えない表示となるよう適切に管理することが重要です。
362.	Ⅱ－4－2－9(5)	インターネットによる保険募集においても、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)を踏まえた対応・体制整備を行う必要があるとの理解でよいか。	貴見のとおりです。 　インターネットによる保険募集であっても、乗合代理店が「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から、顧客の意向に沿って保険契約を選別・提案する場合には、Ⅱ－4－2－9(5)を踏まえた対応及び体制整備が必要です。
363.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)の「特定の保険契約を推奨する場合」に関し、「特定の保険契約」は1つに限らず、複数の「特定の保険契約」があっても問題ないと考えてよいか。	貴見のとおりです。
364.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)の「推奨する特定の保険契約以外の保険契約」とは、どの程度の範囲の保険契約につ	「推奨する特定の保険契約以外の保険契約」とは、乗合代理店が取り扱う全ての保険契約を指すものではなく、「二以上の比較可能

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		いて説明すれば足りるか。 （例.「乗合代理店が取扱い可能な全ての保険契約」、「比較可能な同種の保険契約」、「顧客の意向に沿って選別し、提示・推奨した保険契約」）	な同種の保険契約」のうち、顧客の意向に沿って選別された保険契約の中で、最終的に推奨する特定の保険契約以外のものを指します。 したがって、顧客の意向に照らして選別対象とならない保険契約についてまで、一律に説明を求めるものではありません。
365.	Ⅱ－4－2－9(5)	改正後の比較推奨販売ルールにおいて、特定保険会社の特定の商品パンフレットを用いてニーズ喚起を行い、顧客が当該商品の契約を希望した場合であっても、他に比較可能な同種の保険契約が存在するにもかかわらず、その存在や、顧客の要望に応じて説明可能である旨を告げずに契約に至った場合、改正保険業法又は施行規則に抵触・違反するか。	ご指摘のケースが法令に抵触するか否かは、意向把握・確認、情報提供、比較推奨販売に係る説明等の具体的な募集実態を踏まえて、個別具体的に判断されます。 一般的に、特定の保険契約のパンフレット等により顧客の関心を喚起した場合であっても、乗合代理店は、通常の意向把握プロセスに則り顧客の意向を適切に把握することが求められ、その結果、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険契約を選別し推奨する場合には、当該意向に沿った合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき推奨を行う必要があります。 また、推奨する保険契約以外にも、顧客の意向に照らして比較可能な同種の保険契約がある場合には、当該契約もある旨や、顧客の求めに応じて、その概要又は契約内容等を説明できる態勢を整備することが重要です。 したがって、顧客が特定の保険契約に関心を示したことのみをもって、意向把握や比較推奨販売に係る説明を省略し、他の保険契約の選択の機会を実質的に阻害し得る運用が行われた場合には、問題となり得ます。
366.	Ⅱ－4－2－9(5)	代理店が同種目の商品をすべて顧客に提示した際、比較説明（保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イ）を行うのは必須ではなく、全ての商品を説明は行うが、「比較」はし	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イについては、保険募集人が、一の保険契約の契約内容について、他の保険契約の契約内容と比較した事項を提供しようとする場合に適用されるもので

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ない、という販売手法もありうるという解釈でよいか。	す。 ただし、全ての商品を提示している場合であっても、掲載順、説明の強弱、申込導線等により、実質的に特定の保険契約を推奨していると評価される場合には、その実態に応じて比較推奨販売に係る対応が必要となります。
367.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店において、顧客の意向に合致する保険契約もしくは顧客の意向に沿って選定される保険契約が1商品のみであり、比較説明を行わない場合であっても、推奨販売する上で当該商品の概要明示は必要との理解でよいか。	貴見のとおりです。 乗合代理店が、顧客の意向に沿って保険契約を選別した結果、提示・推奨する保険契約が1商品となる場合であっても、当該保険契約の概要及び提示・推奨する理由等を説明する必要があります。
368.	Ⅱ－4－2－9(5)	「B.二以上の比較可能な同種の保険契約の中から顧客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)の情報提供義務」の(a)のプロセスについて確認させていただきたい。 (a)について、例えば、乗合代理店が取り扱う保険契約を「20契約(死亡保障、医療、年金等様々な種別をあわせて20契約)」としたとき、顧客の意向に沿って(例えば、顧客が医療を希望)、保険契約を「医療の10契約」に選別した場合、当該10契約については、以下の3パターンに区分した対応が考えられる。 1.(a)に基づき、保険契約の概要及び顧客の求めに応じて契約内容並びに当該提示・推奨する理由や基準等を説明し、顧客自身が加入する1契約を選定する。 2.(a)に基づき、顧客の意向に沿って保険契約を選別した上で、続けて (a)「特に」以下の対応に進む(顧客の意向により選別した医療10契約の中から、更に先進医療特約付き	貴見のとおりです。 乗合代理店が、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から、顧客の意向に沿って複数の保険契約を選別し提案する場合には、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ及びⅡ－4－2－9(5)に基づき、提案する保険契約の概要及び提示・推奨する基準や理由等を説明するとともに、顧客の求めに応じて契約内容を説明する必要があります。 その上で、顧客の意向に沿って選別した複数の保険契約の中から、乗合代理店が商品特性等により単一又は複数の保険契約を特に推奨する場合には、その基準や理由等を、合理的かつ一定の具体性をもって、分かりやすく説明する必要があります。 この場合、顧客の意向に沿ってX・Y・Z契約が選別され、X契約を特に推奨するのであれば、X契約以外にも、顧客の意向に沿って選別されたY契約・Z契約がある旨、及び顧客の求めに応じてそれらの概要又は契約内容を説明する旨を伝える必要があります。 ただし、既にX・Y・Z契約全てについて概要又は契約内容を説明

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		を顧客が希望したため、3契約(X・Y・Z契約)に絞り、その中から、乗合代理店側が商品特性等により特定の保険契約(例えば、X契約)を推奨する。)。 3.(a)に基づき、顧客の意向に沿って保険契約を選別した上で、更に先進医療特約付きを顧客が希望したため、3契約(X・Y・Z契約)に絞り、その全て(X・Y・Z契約)について、保険契約の概要及び顧客の求めに応じて契約内容並びに当該提示・推奨する理由や基準等を説明し、その上で、(a)「特に」以下の対応に進む。 上記2のケースにおいて、「推奨する特定の保険契約(X契約)以外の保険契約もある旨(Y・Z契約※がある旨)」並びに「顧客の求めに応じて、推奨する特定の保険契約(X契約)以外の保険契約(Y・Z契約※)の概要又は契約内容を説明する旨」を説明する必要がある、との理解でよいか。 上記3のケースにおいて、選別した全ての保険契約(X・Y・Z契約)についての説明を行っていることから、改めて「推奨する特定の保険契約(X契約)以外の保険契約もある旨(Y・Z契約※がある旨)」並びに「顧客の求めに応じて、推奨する特定の保険契約(X契約)以外の保険契約(Y・Z契約※)を説明する旨」を説明することは必ずしも求められない、との理解でよいか。 ※「推奨する特定の保険契約以外の保険契約」は、上記の例でいえば医療3契約(X・Y・Z契約)のうち、推奨がX契約だった場合、残りの2契約(Y・Z契約)、という理解でよいか。	している場合には、Y・Z契約がある旨や顧客の求めに応じて説明する旨を、改めて重ねて説明することまでは求められません。 なお、「推奨する特定の保険契約以外の保険契約」とは、ご指摘の例では、顧客の意向に沿って比較・選別対象となったX・Y・Z契約のうち、特に推奨するX契約を除くY・Z契約を指すものと考えられます。
369.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)に関して、比較可能な同種の保	貴見のとおりです。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		険契約の取扱いがない場合にまで、比較推奨販売を行うことを求めるものではない、との理解でよいか。	乗合代理店において、顧客の意向に照らして、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在しない場合には、比較推奨販売を行うことまで求められるものではありません。
370.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店は、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.による場合、当該代理店が取り扱う保険商品の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別しなければならないと理解しているが、当該代理店が「取り扱う保険商品」とは、保険会社との契約上、当該代理店として取り扱うことが可能な全ての保険商品を意味するのか、それとも、当該代理店として取り扱う意思やスキルのない保険商品を除いた範囲の保険商品を意味するのか、確認させていただきたい。 なお、仮に後者を意味するという場合、顧客に対して当該代理店として取り扱わない範囲を明示・説明する必要があるという理解でよいか。	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロにおける「取り扱う保険契約」とは、所属保険会社等との代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を指すものと考えます。 したがって、乗合代理店のみの判断により、代理店の意思、販売実績、商品知識、又はスキルの有無のみを理由として、当該保険契約を比較推奨販売の対象から除外することは適切とは言えません。
371.	－	顧客と最初に接点を持つA代理店(X・Y保険会社の乗合代理店)とA代理店から顧客の連携を受けるB代理店(X・Y・Z保険会社の乗合代理店)が共同で保険募集を行う場合に、まず、A代理店が顧客の意向に沿ってX・Y保険会社の範囲で保険契約の選別を行った上で、B代理店に対して当該顧客の意向を連携し、その後にB代理店が権限明示を行った上で当該顧客に対して保険募集を行うことがある。 その際、B代理店としては、A代理店が先行して行った保険募集を引き継ぐため、基本的にはX・Y保険会社の範囲で比較推奨販売を行うことになると理解している。もっとも、権限明示によって、B代理店の乗合範囲を認識した顧客からX・Y	両代理店の役割分担が必ずしも明確ではありませんが、共同募集における比較推奨販売の対象範囲は、顧客の意向形成への関与の度合い、顧客への説明・提案の実態等を踏まえて個別具体的に判断されます。 また、保険募集人が、保険会社の管理下において、共同募集を行う場合においても、顧客の意向は募集過程において変わり得ることを踏まえつつ、共同かつ一連の保険募集の中で適切に意向把握・確認が行われる形で、共同募集が行われる必要があります。 したがって、例えば、A乗合代理店が先行して顧客対応を行ったことのみで当然に比較推奨販売の対象となる保険契約の範囲が決まるものではなく、意向形成への関与の度合いや顧客への説明・提

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		保険会社の商品案内に加えてZ保険会社の商品案内も受けたい旨の申し出を受けた場合には、B代理店としては、A代理店との共同募集としてX・Y保険会社の商品案内を行うとともに、単独募集としてZ保険会社の商品案内を行うことが求められるという理解でよいか。 なお、前提として、当該顧客の意向によれば、B代理店がX・Y・Z保険会社の比較可能な同種の保険契約を取り扱っていることとする。	案の実態に照らし判断される必要があり、B乗合代理店が実質的にこれらを担う場合には、B乗合代理店は顧客の意向を適切に把握し、自代理店が取り扱う「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から、顧客の意向に沿った選別・提案を適切に行う必要があります。 なお、各乗合代理店が実質的に担う保険募集の実態とは無関係に、形式的な役割分担等を定め、比較推奨販売に係る規定の適用関係を判断する場合には、顧客の適切な商品選択の機会を阻害し得るものとして問題となり得ます。 また、A乗合代理店及びB乗合代理店のいずれも、保険募集を行う場合には、保険業法第294条第3項に基づく権限明示等の義務を適切に履行する必要があります。
372.	―	乗合代理店において、特定の保険会社の保険契約の取扱数が非常に多い場合がある。 そのような場合に、経営効率の観点から、例えば、特定の保険会社のみの委託を受ける専属代理店と、それ以外の保険会社の委託を受ける乗合代理店に分社化するという経営判断を行うことは、今回の比較推奨販売規制の改正によって制約されないという理解でよいか。	ご指摘のような分社化等の経営判断自体を、今回の比較推奨販売に係る監督指針改正により、直ちに制約するものではありません。 一方で、分社化後においても、各保険募集人は、保険業法及び監督指針上求められる権限明示、意向把握・確認、情報提供、比較推奨販売に係る説明等の義務を適切に履行する必要があります。 したがって、分社化後の募集態勢、顧客への説明、役割分担等について、顧客に誤認を与えないよう適切に整備・運用することが重要です。 なお、専属代理店と乗合代理店の分社化後における保険募集の実態が、実質的に顧客の適切な商品選択の機会を阻害する業務運営が行われるものと評価され得る場合には、比較推奨販売規制を潜脱するものとして問題となり得ます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
373.	Ⅱ－4－2－9(5)	例えば、A社が幹事保険会社、B社・C社が非幹事保険会社である共同保険契約を締結している企業から、「継続時には補償内容等に関して見直した上で提案いただきたい。」との要請を乗合代理店が受けたとする。 この場合、当該企業の意向は、「様々な選択肢の中から自社に最適な補償内容等に見直して提案して欲しい。」と示されているものと考えられる。 このようなケースにおいて、乗合代理店が当該企業のために補償内容等の見直しを検討する場合、A～C社の保険契約を含めた複数の「比較可能な同種の保険契約」が存在するにもかかわらず、現在、A社が幹事会社である共同保険契約を締結していることを理由として、A社以外の(非幹事会社であるB社・C社等の)保険契約を除外して、A社の保険契約のみを企業に提案すること(A社が共同保険の幹事保険会社となる前提で提案する場合を含む)は、監督指針の比較推奨販売の規定に照らして認められないとの理解でよいか。	貴見のとおりです。 乗合代理店においては、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から、顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨する必要があります。 したがって、顧客が補償内容等の見直しを求めているにもかかわらず、現在の共同保険契約において、A社が幹事保険会社であることのみを理由として、B社・C社等を選別対象から除外し、A社の保険契約のみを提示・推奨することは、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロの趣旨に照らし、適切とはいえません。
374.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)の「乗合代理店」とは、生保・損保・少短の内訳を問わず、二以上の所属保険会社等を有する保険募集人をいう、との理解でよいか。	貴見のとおりです。 Ⅱ－4－2－9(5)における乗合代理店とは、生命保険会社、損害保険会社、少額短期保険業者の別を問わず、二以上の所属保険会社等を有する保険募集人をいいます。 なお、比較推奨販売に係る規定の適用に当たっては、当該乗合代理店が取り扱う保険契約の中に、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在し、これらの中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨するかに応じて判断されます。
375.	Ⅱ－4－2－9(5)	生命保険専属もしくは損害保険専属の代理店の場合であ	生命保険会社1社及び損害保険会社1社など、生命保険・損害保険

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		っても、同種の商品(例えば、生保がん保険と損保がん保険)が存在し、比較推奨販売を行う場合には、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)乗合代理店における比較推奨販売、を踏まえた対応・体制整備を行う必要がある、との理解でよいか。	の別を問わず二以上の所属保険会社等を有する保険募集人は、乗合代理店に該当します。 このため、当該代理店が取り扱う保険契約の中に、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在し、これらの中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨する場合には、Ⅱ－4－2－9(5)を踏まえた対応や体制整備が必要です。
376.	Ⅱ－4－2－9(5)	代理店において共済取扱があり、それが保険商品と類似する補償内容である場合でも、共済商品との比較推奨販売は求められないという理解でよいか。	貴見のとおりです。 保険業法施行規則第227条の2第3項第4号は、所属保険会社等が引き受ける保険契約を対象とするものです。 ここでいう「所属保険会社等」とは、保険会社又は少額短期保険業者を指し、共済事業者は含まれません。したがって、共済事業者が提供する共済商品については、同号に基づく比較推奨販売の対象には含まれません。
377.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客へ保険契約のご案内をするにあたり、「同種目の保険契約」を比較する場合、保険会社間で商品(サービス)の差があまりにも細かすぎるため、ほとんど差がないのが現状である。 特に「高齢の顧客」が増えている現在では顧客の理解度も浅くなる可能性がある。 金融庁におかれては、保険会社に対し「商品の差別化」、「わかりやすい商品内容」に移行すべく指導いただきたい。	貴重なご意見として承ります。
378.	－	A保険会社と委託契約がある保険代理店について、A保険会社の全商品を取り扱うことが必須ではなく、以下のようなケースにおいては今後も一部商品のみ取り扱うことが許容されるという理解でよいか。	推奨販売の対象となる保険契約の範囲については、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等において取り扱うこととされている保険契約の中に「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか否かで判断するものです。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		1.取扱商品のうち一部のみ新商品を取り扱っているケース 2.商品毎に採用要否を決裁しており、保険代理店側で決裁された商品のみを取り扱っているケース 3.以前販売していたが、現在は、販売しておらず継続手数料支払いがあるため委託契約が残っているケース	したがって、代理店委託契約等において定められた取扱対象となる保険契約の中から、乗合代理店が独自の判断(理由等)のみにより、あらかじめ、比較推奨販売の対象とする保険契約を選定・決定することや推奨商品群を設けることは適当ではありません。 なお、保険会社と乗合代理店との間において、代理店委託契約に基づき取扱対象となる保険契約を決定することまでを否定するものではありません。
379.	―	取り扱う全損害保険会社の商品の知識やシステム対応の習得が不十分となる可能性があることから、顧客に対して正確な商品提案をするために、乗合代理店において、推奨会社を絞り込むことは可能か。 可能である場合、乗合代理店において選定した推奨会社以外の、既存の損害保険契約を引き続き取り扱うことは可能か。	
380.	Ⅱ－4－2－9(5)	金融機関(乗合代理店)による窓口販売(投信・保険)では、「プロダクトガバナンス」(顧客最善利益に適った商品提供等を確保するためのガバナンス)の観点から、複数の金融商品の中から金融機関自らが商品を選別していることを公表しているが、顧客の意向を確認した上で、複数の所属保険会社の中から金融機関が選定した取扱商品一覧表(ラインアップ)の中から、推奨販売をすることは認められるという理解でよいか。	
381.	―	現在、損害保険会社3社が乗り合う代理店であるが、今後1社専属代理店に変更することを検討している。代理店委託契約を解約する予定の2社には保有契約があり、委託契約を解約するまでには数年かかる見込みである。	ご意見にあるケースに関して、当該乗合代理店と「代理店委託契約を解約する予定の2社」との間で、それぞれに締結されている同契約において、新規契約を取り扱わないことが規定されている場合については、当該乗合代理店における「比較可能な同種の保険契

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止以降、新規契約は1社専属とする予定の保険会社のみを案内することは可能か。一定期間、代理店委託契約を解約する予定の2社は保全対応のみの対応としたい。	約」は存在しないものとして、ご意見にあるような対応も可能となると考えられます。
382.	―	乗合代理店が、取り扱う保険契約の中で、顧客意向によらず、あらかじめ推奨商品(群)を設定することは、改正される内閣府令及び監督指針の内容・趣旨を踏まえ、許容されない、との認識でよいか。 (考え方) 1.(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが廃止され)監督指針改正案のとおり 「顧客の意向に沿って保険契約を選別する場合には、事前に商品特性や保険料水準などの顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認」し、当該意向に沿って提示・推奨する必要があることから、乗合代理店が、取り扱う保険契約の中で、顧客意向によらず、あらかじめ推奨商品(群)を設定し、当該商品(群)を推奨・提案することは、監督指針改正の内容・趣旨に反するものと認識。	貴見のとおり、乗合代理店が独自の判断(理由等)のみにより、あらかじめ、推奨販売の対象とする商品を選定・決定することは適当ではありません。推奨販売の対象となる商品の範囲については、乗合代理店が所属保険会社等から委託を受ける保険商品の中に「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか否かで判断するものです。
383.	Ⅱ－4－2－9(5)	2.(上記1を前提とした上で) 「(a)乗合代理店が二以上の比較可能な同種の保険契約の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、一又は二以上の保険契約を提示・推奨する場合」(例えば、医療という種別・特性で絞り込んだ場合)に、それ以上の顧客意向がないことをもって、そのために、乗合代理店内で推奨商品(群)を設定しておく(例えば、医療が、A～J商品まで10種類取り	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		扱っている中で、A・B・C商品を推奨商品に設定する)ことが考えられるが、この場合も「B本文また書：顧客の意向に沿って保険契約を選別する場合には、事前に商品特性や保険料水準などの顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認する必要があること」、また、「B(b)顧客の意向が不明確な場合であっても、保険契約の選別に当たっては、例えば、顧客が特に重視すると考えられる事項を例示するなど、可能な限り顧客の意向を把握した上で、」説明する必要があることを踏まえれば、医療という絞り込みだけでなく、加えて、何か重視する項目がないか(例えば、保険料水準等)を確認する必要があるにもかかわらず、確認せずに、乗合代理店が設定した推奨商品(群)を推奨することが問題であり、このことから、推奨商品(群)を設定すること自体が問題である、という理解でよいか。	
384.	―	乗合代理店が、取り扱う保険契約の中で、「他に比較可能な商品があるにも関わらず、取扱商品一覧等にあらかじめ選定した特定の商品群を記載する」ことは、内閣府令改正案及び監督指針改正案の趣旨・内容に照らして、許容されない、との理解でよいか。	
385.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5) ① B.(a)「推奨する特定の保険契約以外の保険契約もある旨及び顧客の求めに応じて、それらの保険契約の概要又は契約内容を説明する旨を説明しているか」とあるが、数十社の保険会社が乗り合う乗合代理店の場合、該当の保険契約が非常に多く、全てを説明するのは実務上の運用が難しいと考えられるため、具体的な運用	本指針改正は、乗合代理店に対し、全ての案件について、所属保険会社等から委託を受けて取り扱う全ての保険契約について一律に説明することを求めるものではありません。 「推奨する特定の保険契約以外の保険契約」とは、乗合代理店が取り扱う全ての保険契約を指すものではなく、「二以上の比較可能な同種の保険契約」のうち、顧客の意向に沿って選別の対象とした

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		例についてお示しいただきたい。また、この部分の説明については、「必須」ではなく、「運用の推奨」とする等、ルールを緩和できないかご検討いただきたい。	保険契約であって、最終的に推奨しなかった保険契約を想定しています。 したがって、数十社と乗合がある場合であっても、取扱可能な全保険契約について網羅的に説明する必要はなく、あらかじめ所属保険会社等の商号等を明らかにした上で、顧客の意向、商品特性等を踏まえ、選別対象となった範囲についてⅡ－4－2－9 (5)①B.に基づいた対応を行うことになります。 その上で、特定の保険契約を推奨する場合には、当該推奨契約以外にも選別対象となった保険契約がある旨、及び顧客の求めに応じてそれらの概要又は契約内容を説明する旨を説明する必要があります。 なお、当該推奨契約以外の選別対象となった保険契約について、顧客から説明を求められた場合には、顧客の理解に資する範囲で、当該保険契約の概要又は契約内容を分かりやすく説明することが重要です。
386.	Ⅱ－4－2－9(5)	「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.510の回答において、代理店独自の判断で社内規則等に定めさえすれば、取り扱う保険契約を限定できると解釈され得るものが存在したが、これは比較推奨販売のハ方式が存在していたことを背景に回答されているように考えられる。 実際、乗合代理店が保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする)に基づき優先的に顧客に提案す	貴見のとおりです。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		る保険契約をあらかじめ絞込み、その上で同号ロに基づき販売していた事例も存在したと認識している。 　このような事例は、顧客の商品選択の機会を阻害するおそれがあると考えられることや、今般のハ方式廃止の趣旨を踏まえれば、代理店の判断で社内規則等に定めることをもって取り扱う保険契約を限定することは許容されないと考えられるが、その理解でよいか。	
387.	Ⅱ－4－2－9(5)	「令和5年金融商品取引法等改正に係る政令・内閣府令案等に関するパブリックコメントの結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.7について、金融庁の見解に変更がないことを確認したい。 　また、そうした観点から、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの削除後も、保険販売の現場において、経営方針上の理由など代理店の都合を顧客に対して説明することが一律に否定されるものではないと考えるがどうか。 　【上記のパブリックコメントのおける金融庁の考え方No.7】 「新設する誠実公正義務を履行する方法は、それぞれの金融事業者の事業の内容等やそれぞれの顧客の状況等により異なり得るものであり、形式的・画一的に定まるものではないと考えられます。また、各監督指針等において「社会に付加価値をもたらし、同時に自身の経営の持続可能性を確保していくためには、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行うことが求められる」	ご意見にある「令和5年金融商品取引法等改正に係る政令・内閣府令案等に関するパブリックコメントの結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」における考え方は、誠実公正義務の履行方法が金融事業者の業務内容や顧客の状況等により異なり得ることを示したものであり、例えば、登録金融機関が顧客より直接、手数料を収受するのに対して、保険代理店は、所属保険会社等から販売手数料を収受するなど前提となる状況が異なるため、一概に回答をお示しすることは困難です。 　また、保険募集人は、金融サービス提供法上の誠実公正義務に加え、保険業法等の関係法令及び監督指針に基づき、顧客の意向に沿った適正な保険募集を行う必要があります。 　今般、顧客の意向に基づかない保険契約の選別を前提とする同法施行規則第227条の2第3項第4号ハを廃止する趣旨を踏まえれば、経営方針、手数料水準、販売目標、便宜供与、取引関係等の代理店の都合を理由として、特定の保険契約を選別し、提示・推奨することは適切ではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		と記載しているとおり、顧客の最善の利益を勘案することと金融事業者の収益性とを両立させることは否定されないものと考えております。 なお、手数料の多寡や有無に応じて、顧客に提供するサービスの内容を異ならせることが一律に否定されるものではありませんが…」	
388.	Ⅱ－4－2－9(5)	複数の拠点を持つ乗合代理店が拠点によって提示・推奨する基準や理由等が異なることは許容されるか。「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.537では「合理的なものであれば許容される」との考え方が示されているが、この点につき改めて確認したい。	今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、乗合代理店の都合や、あらかじめ定めた推奨方針による商品選別ではなく、顧客の意向に沿って選別し、提示・推奨が適切に行われるよう改正するものです。 「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.537は、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハに基づいて販売する場合を前提として、保険代理店の拠点によって、保険契約を提示・推奨する基準や理由等が異なることも許容され得ると回答したものであり、今般、Ⅱ－4－2－9(5)③の根拠規定である同号ハが削除されることを受けて、保険代理店の拠点ごと各々の事情に応じた提示・推奨する基準や理由は許容されません。
389.	Ⅱ－4－2－9(5)	本改正案が「顧客本位(最善利益)」の実効性確保を志向し、営業推進態勢の整備・検証等を明示した点に賛同する。 「最善利益」の内容が十分に明確化されないまま各乗合代理店に個別の定義・運用を委ねると、基準のばらつきにより顧客保護の水準が不均一となる懸念がある。 加えて、顧客本位を徹底しようとすると保険代理店の役	貴重なご意見として承ります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		割は、保険仲立人に近づく一方、顧客本位の結果として特定の保険会社及び特定の保険契約の販売が伸びない場合には、保険会社の販売目標(契約件数等)と衝突し得る。また、保険会社から委託・手数料を受ける保険募集人という制度上の位置付けの下で比較推奨が歪められる。 主要因は、個々の保険代理店の姿勢というより、保険会社が販売促進のために運用するノルマや最低契約件数未達を理由とする委託解除等の仕組みにあると考える。これらが存在する場合、委託解除のプレッシャーが保険代理店への圧力となり、比較推奨の形骸化や不要な募集を誘発する。 また、委託契約解除後はアフターフォローも行えないことになり、ひいては顧客の最善利益を阻害するおそれがある。 よって、契約件数を基にした代理店評価及び委託解除の運用から、保険代理店業務の実態及び品質を重視する枠組みへの移行を行うに際し、監督上の目線感(具体例・不適切な例)を明確化していただきたい。 ついては、保険代理店における「最善利益を勘案する」ことの定義(最低限満たすべきプロセス要件等)を示すとともに、乗合代理店が制度上の位置付けと整合する形で、誇りを持って業務を遂行できる環境整備が必要と考える。	
390.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険募集人が、特定の保険契約が顧客にとって明白に最適であると判断したような場合でも、比較推奨販売のプロセスは省略不可であり、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)に沿った募集を行う必要がある、との理解でよいか。	貴見のとおりです。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
391.	―	顧客の意向把握のプロセスについては、下記1.から5.の流れで行うことが考えられる、という理解でよいか。 1.当初意向の把握 2.説明を受ける商品を絞り込むかの確認 3.特に重視する意向の把握 4.商品特性等により、乗合代理店が特定の保険契約を推奨する場合の取扱い 5.個別商品の説明・申込	ご意見にあるプロセスは、顧客の意向把握及び推奨販売の一例としてあり得るものと考えます。 比較推奨販売においては、まず、顧客の当初意向を把握し、必要に応じて、説明を受ける商品の範囲、顧客が特に重視する事項を確認した上で、当該意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 その上で、乗合代理店が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、顧客の意向との関係で、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とともに、推奨する特定の保険契約以外の保険契約もある旨及び顧客の求めに応じて、それらの保険契約の概要又は契約内容を説明する必要があります。 なお、意向把握の方法や順序は、取扱商品、募集形態、顧客属性等に応じて異なり得るものであり、必ずしも、ご指摘の流れに限られるものではありません。
392.	Ⅱ－4－2－9(5)	「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.521を踏まえ、「提示・推奨する基準や理由等が複数ある場合」は、「主たるもの」を告げることが必要と認識しているが、「主たるもの」の選定は顧客の意向を踏まえて保険募集人や乗合代理店にて合理的に判断することでよいか。	「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.521は乗合代理店都合の保険契約の選別(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ)を前提としたものであり、顧客の意向に沿った保険契約の選別(同号ロ)を前提としたものではありません。 顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨する場合においては、顧客自身が提示・推奨される保険契約が自らのリスクや保険ニーズに合致し得るものか適切に判断するために、保険募集人

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			は商品特性等にかかる顧客の意向に対応した推奨理由等を説明するとともに、実際に把握した顧客の意向や重視する事項を踏まえ、上記顧客の判断に資する事項を個別具体的に判断し、提示・推奨理由として情報提供する必要があります。 なお、保険募集人において、恣意的に特定の保険契約に誘導することを目的として、顧客の意向に優劣をつけることや便宜供与等の乗合代理店の都合を隠すために、顧客意向との関係で重要でない理由を主たる理由として説明することは不適切です。
393.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向に基づき商品を絞り込み、推奨を行う際、代理店が提供可能な「事務対応の品質やアフターフォロー」などを比較・選定の基準とすることが許容されるか、許容される場合はその旨を監督指針に明記いただきたい。 改正案において、代理店の経営方針のみに基づいた恣意的な推奨(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ)が見直され、顧客の意向に基づいた推奨(同号ロ)へ統合される方向性と理解している。 しかしながら、乗合代理店の中には、特定の保険会社及び特定の保険契約について深い専門知識を有していたり、当該保険会社とのシステム連携等により迅速な事故対応・事務処理が可能であったりと、取り扱う保険契約によって「顧客に提供できるサービスの質」に差異が生じるケースがある。 この場合、単に商品スペック(保険料や補償内容)のみで比較するのではなく、「当該代理店において最も質の高いサポートが受けられる保険契約」であることを理由に特定の	提示・推奨する基準や理由等が、顧客の最善の利益に照らし、合理的かつ一定の具体性を有するか否かについては、顧客の意向や商品特性等を踏まえ、個別具体的に判断されます。 他方、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止の趣旨は、便宜供与等により代理店の利益のみを優先して特定の保険契約の推奨が行われ、顧客の適切な商品選択の機会が阻害されないよう求める点にあり、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与、資本・取引関係、特定の保険会社の事務に精通していることなど代理店側の都合や、募集人の主観的又は属人的判断に基づく事項を基準や理由等とすることは、不適切な提示・推奨に該当し得るため適切でないと考えます。 比較推奨販売を行うに当たっては、顧客が自らの抱えるリスクや保険ニーズに合致した保険商品であるかを十分に確認できるよう、保険募集人が保険商品に係る事項について顧客の意向を丁寧に把握することが前提であると考えます。こうした点を踏まえると、顧客の意向に沿って特定の保険商品を提示・推奨する際には、主たる基準や理由等として、顧客の意向に沿う保障(補償)内容等

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		保険契約を推奨することは、結果として「安心かつ迅速なサービスを受けたい」という顧客の意向に合致し、顧客の最善の利益に資するものと考える。 ついては、単なる代理店都合(手数料や資本関係等)による絞り込みは排除しつつも、「代理店が提供する役務(アフターフォロー等)の品質・専門性」を根拠とし、かつ顧客がそのメリットを求めた場合においては、特定の保険契約を推奨・選定することが法令上認められること、又は比較説明義務の例外として正当な理由に当たること)を、監督指針やQ&A等で明確にしていただきたい。	の商品特性や保険料水準といった保険商品に直接関係する事項を説明する必要があります。 また、顧客が事故対応件数や販売実績等の商品特性と直結しない事項についても重視する場合には、保険商品に直接関係する事項とあわせて、提示・推奨理由とすることは否定されませんが、これらの事項は顧客意向との関係で合理性・具体性を有し、顧客の比較判断に資する客観的事項である必要があります。いずれにせよ、これらの事項は商品特性と直結せず、恣意的な推奨につながるおそれがある点に留意が必要です。 加えて、提示・推奨の基準や理由等に係る数値・資料の根拠について、例えば、同号ハに基づいて乗合代理店の店舗ごとに異なる保険会社の保険契約を取り扱っていたことを前提として、特定の保険契約を推奨するような資料等に基づく場合など、結果として、恣意的な選別とならないよう、収集期間、対象、件数、集計・評価方法等を明らかにするなど、合理性を適切に判断すべきです。 なお、比較推奨販売における情報提供のみで適切な選択に至らない場合は、無理に特定の保険契約へ絞らず、比較説明や複数の保険契約の提示、追加の意向確認等により、顧客の適切な商品選択の機会を確保することが求められます。
394.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)に記載されている「保険契約を提示・推奨する基準や理由等」については、必ずしも、商品特性や保険料水準といった保険契約の内容に関するものに限定されないとの理解で相違ないか。	
395.	Ⅱ－4－2－9(5)	特定の保険契約を提示・推奨する基準や理由等には、必ずしも定量的な基準が求められるものではないとの理解でよいか。 また、特定の保険契約を提示・推奨する理由には、必ずしも裏付けとなる定量的なデータ等が求められるものではないとの理解でよいか。	
396.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向に沿って選別した保険契約の中から特定の保険契約を推奨する場合、「顧客の最善の利益を勘案」する際の判断理由は、必ずしも商品・サービスの特性によるものばかりとは限らないと思料する。 監督指針II－4－2－9(5)①B.(a)において、「保険募集人	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		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」の説明が求められているが、適切に意向把握を行った結果、顧客意向に適う保険契約が複数ある場合、顧客が最終的な商品選択を行う場面において、乗合代理店が以下の事由を説明し商品の絞込・推奨を行うことは必ずしも否定されるものではないという理解でよいか。 なお、当然顧客へ推奨理由の説明を行い、正確に証跡を保存することを前提とするほか、手数料の高い商品への誘引ではなく、顧客・乗合代理店双方が真により良いサービスやアフターフォロー、効率的な手続き等のメリットが享受できる蓋然性が高いことを前提とする。また、以下について恣意的な判断余地があると見做される場合、その判断理由を伺いたい。 1.「推奨会社の事務に精通している」等の事由が事実であることが明らかな場合 長年の取引等により事務に精通しているなど、保険会社と乗合代理店間において個別・固有の事情がある場合、それを推奨理由として説明することは許容されるのか。それとも商品およびサービス内容によらない事情であるとして、いかなる場合も認められないのか。 乗合代理店としては、誠実な取引を積み重ねることで保険会社と信頼関係を築いているケースも少なくない。商品に著しい差異がない場合、意向把握の結果、比較可能な同種の保険契約の中から事務に精通した保険契約を推奨するこ	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		とは顧客本位にも適うと考えている。 　実務上においても、商品性だけで優劣を付けなければならない場合、顧客に対してより多くの質問が必要になり、顧客の望まない、より煩雑な募集工程を強いられることから顧客にとっても効率的な募集の阻害要因となり得る。 　商品性のみで差別化を行うことが困難な場合に限っては、保険会社取扱高概況等を客観的エビデンスとして示すことで事務に精通していることを推奨理由として問題ないことを確認したい。 　2.保険会社担当者の実務遂行能力に著しい劣後がある場合 　営業・保険金サービスを問わず、保険会社の担当者の実務能力に明らかな劣後が認められるケースがある。商品間に有意な差異が認められない場合、顧客に対して、特定の保険会社の担当者が優秀であることを推奨理由として保険契約を選別することは許容されるか。 　適切な意向把握が行われた後の最終的な商品選別・推奨に当たって、より有能で熱心な担当者を擁する保険会社及び保険契約を推奨することが顧客最善義務にも適い、否定されるものではないことを確認したい。	
397.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハに基づき、乗合代理店において店舗ごとに推奨する保険会社を決めている体制や、乗合代理店において店舗ごとに特定の保険会社が主となって教育・管理・指導を行っている体制のもとでは、保険募集人が特定の保険会社と連携を密にしているケ	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ースがある。 　こうした中、例えば、顧客から「アフターフォロー」、「事故対応」を重視するとの意向が示された場合において、「当店舗ではA保険会社が最も連携しやすい」等の内部事情に依拠した推奨販売は、原則として許容されないとの理解でよいか。 　また、顧客に対して推奨販売を行う場合は、主観的な理由ではなく、客観的に見て合理的である根拠に基づく必要があるものと考えるが相違ないか。 　なお、合理的な根拠を示したうえで、主観的な意見(自らが使用した際の感想や他の顧客からの評判など)を述べることは、直ちに問題とならないものと考えるがどうか。	
398.	Ⅱ－4－2－9(5)	例えば、顧客の意向が「事故対応が優れている」等、乗合代理店として客観的なデータ等を示すことが難しいものであった場合には、乗合代理店としての合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等(例えば、乗合代理店が認識している、過去の事故に関する保険会社の対応状況等が考えられる)を説明することによって、監督指針II－4－2－9(5)①B.(a)第1段落のとおり特定の保険会社(複数ある場合は複数)の保険契約を選別したり、同B.(a)第2段落のとおり特定の保険会社(複数ある場合は複数)の保険契約を推奨したりできるという理解でよいか。なお、当然のことながら、当該保険会社からの手数料の多寡や便宜供与の有無・内容を基準や理由等とすることはない。	
399.	Ⅱ－4－2－9(5)	各保険会社の自動車商品が差別化されていない現状にあ	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		っては、どこの保険会社を選択するかということよりも、事故の際に代理店としてしっかり対応してくれるのかが最大の関心である顧客も多いものと考える(日本損害保険協会の「保険加入に関する消費者アンケート」によると、自動車保険加入に際して最も重視するものは「アフターフォローの体制」となっているところ)。 保険契約の選択に際して、乗合代理店や店舗での事故処理の実績がどの程度あるのか、交通事故等が起こった際の保険金請求等を行った際の保険会社別の対応の状況はどうか等の情報を聞いた上で選択したいという意向の顧客に対しては、そうした点についての客観的な情報を提供すべきものと考えるがそうした理解でよいか。	
400.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向として「事故対応を重視したい」との要望が示されるケースは一定程度あり、当社では過去の事故対応実績や修理対応の経験等をもとに、社内で整理・分析したデータを保有している。 例えば、修理見積額と保険会社との協定金額との差額により顧客の負担が発生した件数や傾向といった、事実に基づく情報であるが、このような自社データを根拠として、顧客の意向に沿った保険会社を推奨する行為が「合理的かつ一定の具体性を有する基準」として認められるか伺いたい。	
401.	Ⅱ－4－2－9(5)	自動車保険の推奨販売を行う際、顧客の意向が「事故発生時のスムーズな対応」にある場合の推奨理由として、当該乗合代理店の取引損害保険会社におけるそれぞれの「事故対応件数」は、合理的かつ具体性を有する基準と考えてよい	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		か。	
402.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客は事故の際に保険代理店としてしっかり対応してくれるかどうかが最大の関心であると認識している。 乗合代理店として「当該保険会社の保険契約について事故対応実績が多く、保険会社の対応も迅速かつ適切であること」を推奨理由の「一つ」として、特定の保険会社又は特定の保険契約を推奨理由とすることは可能と考えているがいかがか。 仮に推奨理由として認められない場合であっても、参考情報として説明すべきと考えるがいかがか。	
403.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険契約の選択に際して、他の顧客の契約動向を踏まえて選択したいという意向の顧客に対しては、乗合代理店や店舗の保険会社別の販売実績や保険契約別の販売実績等について客観的な情報を提供すべきものと考えるがそうした理解でよいか。	
404.	Ⅱ－4－2－9(5)	「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しているか」について、例えば「特定の保険会社との資本関係を持つ乗合代理店が、顧客の最善の利益の勘案を前提として、その資本関係を合理的な理由の一つとして当該保険会社の保険契約を推奨する」ことは認められるか。	
405.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針II－4－2－9(5)①B.(a)について、「顧客の意向に沿って保険契約を選別する場合には、事前に商品特性や	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		保険料水準などの顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認する」ことを前提として、 　保険募集人・代理店都合ではなく、顧客意向により絞り込んだ保険契約の中から、乗合代理店が特定の保険契約を推奨する際の基準・理由としてどのようなものが想定されるか。 　例えば、以下のようなものは、該当すると考えてよいか。 　・さらなる顧客意向を確認した上で、当該意向に合致した保険契約 　・当該乗合代理店において、契約実績の多い契約(上位3契約程度) 　・損害保険協会・生命保険協会でのアンケート結果等に基づく対象保険会社の特徴(アフターフォロー体制・商品に付帯されるサービス・加入手続きの利便性等)	
406.	―	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)について、「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等を説明しているか」と記載されているが、「基準や理由等」には「事故対応」や「アフターフォロー」も含むと理解してよいか。 　含む場合、監督指針において明確にした上で、改めて意見公募もしくは検討いただきたい。	
407.	―	顧客が「乗合代理店を担当する保険会社の拠点数」、「乗合代理店を担当する保険会社の支援体制」、「乗合代理店に対する保険会社の教育・管理・指導体制」を重視するという意向である場合、例えば乗合代理店を担当する保険会社の拠点数が多い保険会社(複数社ある場合は当該複数社)、乗	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		合代理店の部支店単位に担当者を配置しており各種顧客対応等をスムーズに実施できる保険会社(同上)、乗合代理店に対して定期的な募集人教育や定期的な打合せ等による管理・指導を行っている保険会社(同上)の保険契約を選別することは、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)① B.(a)第1段落に定める「顧客の意向に沿って保険契約を選別」することになるという理解でよいか。 　また、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)第1段落の定めに沿って上記と別の顧客の意向によって保険契約が選別された後に、監督指針Ⅱ－4－2－9(5) ① B.(a)第2段落の定めに沿って「特定の保険契約を推奨する場合」において、上記の「乗合代理店を担当する保険会社の拠点数」や「乗合代理店を担当する保険会社の支援体制」、「乗合代理店に対する保険会社の教育・管理・指導体制」という基準や理由は、「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由」となりうるという理解でよいか。	
408.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客が「当該代理店におけるスムーズな加入手続き」を重視するという意向である場合、乗合代理店において取扱件数が多く保険契約に関する各種手続きをスムーズに実施できる(過去からの保険契約に関する事務手続の蓄積が多い)保険会社(複数社ある場合は当該複数社)の保険契約を選別することは、監督指針Ⅱ－4－2－9(5) ①B. (a)に記載の「顧客の意向に沿って保険契約を選別」することになるという理解でよいか。 　また、監督指針Ⅱ－4－2－9(5) ① B. (a)に沿って上記	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		と別の顧客の意向によって保険契約が選別された後に、「特定の保険契約を推奨する場合」において、上記の「当該代理店におけるスムーズな加入手続き」という基準や理由は、「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由」となりうるという理解でよいか。	
409.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)第1段落に関して、顧客が「保険事故発生から保険金のお支払いまでのサポート対応」や「保険契約内容変更時のスムーズな対応」を重視する場合、その意向を踏まえて当該対応が充実している保険会社の保険契約を選別することは許容されるという理解でよいか。 また、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)第2段落に関して、「保険事故発生から保険金のお支払いまでのサポート対応」や「保険契約内容変更時のスムーズな対応」の充実度によって特定の保険会社の保険契約を推奨することは許容されるという理解でよいか。 なお、保険契約は事故対応や保全対応が充実したものであることが顧客の最善利益に資するものと考えられし、また、当該対応の充実度は、保険会社側の拠点数や人員体制、乗合代理店として認識している保険会社による過去の対応実績等によって判断して提示・推奨することとし、乗合代理店の都合によって提示・推奨しないこととする。	
410.	Ⅱ－4－2－9(5)	提示・推奨する理由として、顧客の意向を踏まえた商品特性等を主たる理由として告げるとともに、あわせて営業上の理由を従たる理由として告げることは差し支えないか。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		仮に、代理店が保険募集に当たり、営業上の理由や事情を顧客に伝えることが一律に否定されるのであれば、その法的根拠がどこにあるのか伺いたい。	
411.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向が保険料等客観的な内容以外であった場合、個人的主観によって判断が異なる内容(補償内容、アフターサービス等)が顧客の意向となり得る。個人的主観によって判断が異なる事項であった場合、保険募集人又は乗合代理店の主観で保険会社の選定を行ってもよいか。	
412.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針改正案で示されている「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しているか。」に関して、例えば、以下のような基準や理由等は、監督指針の定め・趣旨に則したものとはいえないという理解でよいか。 (顧客の最善の利益を勘案したものと考えられないもの) ・「代理店への便宜供与(例えば、契約見込み客の提供・保険募集人候補の紹介、広告出稿費の多寡等)」や「乗合代理店との資本関係・取引関係があること」を提案・推奨の理由とするもの (具体性を有する説明であるとは考えられないもの) ・「当社の経営方針により選定している」、「当社独自の基準に基づき選定している」等、具体的な説明ではないもの	ご理解のとおりです。 推奨販売においては、顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨する必要があります。 したがって、保険代理店への便宜供与、資本関係、取引関係、手数料水準、「当社の経営方針による」、「当社独自の基準による」などといった、顧客の意向や利益と直接関係しない代理店の都合を提示・推奨理由とすることは適切ではありません。 提示・推奨理由については、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視する事項との関係で、分かりやすく説明される必要があります。
413.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客意向に基づく商品提案の基準について、「合理的か	合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等の設定方法は、

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		つ一定の具体性を有する基準」とは具体的にどのように設定すればよいのか。 提案理由の説明において、他の保険契約も存在する旨や比較対象についてどの程度詳細に説明する必要があるのか。 顧客の意向に沿って推奨商品を選別するに当たり、商品選別の客観的基準を明確化することは重要だが、各乗合保険会社の保険契約について、その特徴、強み、弱み、他社商品との違い(優劣)を分析し、序列付けをする必要があるが、その際、その判定基準は各乗合代理店の任意と考えてよいか。 「保険料を最優先で抑えたい」という意向であれば、保険料水準の低い商品群を選別することになるが、各社、補償内容やサービスに差があるため、厳密に保険料だけで比較することはできない。この場合は、近似の補償・サービスという判定基準は、各乗合代理店の任意と考えて良いのか。 顧客が重視する事項を確認する際、「補償範囲」、「保険料水準」、「保険期間」などの項目以外にどのような項目を含めるべきかなど諸々の設定についてガイドライン・指針を定める予定はないのか。	顧客の意向、商品特性等により異なるため、一概にお示しすることは困難です。 推奨販売においては、乗合代理店が取扱商品全てについて一律に優劣や序列を付けることまで求めるものではありませんが、特定の保険契約を他の保険契約と比較する場合には、Ⅱ－4－2－9(5)①A.及び針Ⅱ－4－2－2(9)②の内容やその趣旨に照らして、顧客に誤認を与えないよう適切に説明する必要があります。 また、特定の保険契約を推奨する場合には、推奨する保険契約以外にも、選別対象となった保険契約がある旨及び顧客の求めに応じて、それらの概要又は契約内容を説明する旨を説明する必要があります。 保険料水準を基準に比較する場合には、保障(補償)内容、特約、免責金額等を可能な限り同一又は近似の条件で比較することが考えられます。また、その場合、前提とした条件や差異について、顧客に誤認を与えないよう説明するなど適切に対応する必要があります。 なお、提示・推奨する基準や理由等は、各乗合代理店が取扱商品等を踏まえ、社内規則等において組織的に定め、恣意的な運用とならないよう、記録・検証態勢を整備することも重要です。 顧客が重視する事項についても、監督指針において画一的な項目を定めることは困難ですが、各乗合代理店において、商品特性や顧客属性を踏まえ、顧客の意向を適切に把握できる項目を設定する必要があります。
414.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店が、顧客の意向によらず、「客観的な基準・理由等(例えば、予定利率が良い、特約等の機能が他にはな	貴見のとおりです。 乗合代理店が、顧客の意向を確認せず又は顧客が重視する事項

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		い等)に基づき1商品に絞り込んで顧客に提示する」ことは、顧客が重視する項目を丁寧かつ明確に把握した上で顧客の意向に沿って保険商品を絞り込み推奨することを求める保険業法施行規則改正案及び監督指針改正案の趣旨に照らして、許容されないとの理解でよいか。	との関係を踏まえずに、自ら、予定利率、特約、商品機能等の商品特性のみを理由として、特定の保険契約を選別し、提示・推奨することは適切ではありません。 推奨販売においては、顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認した上で、当該意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき保険契約を選別し、提示・推奨する必要があります。 なお、予定利率、特約、商品機能等の商品特性は、顧客の意向に照らして重要な要素である場合には、提示・推奨理由の一つとなり得ます。
415.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較可能な商品の中から、「その保険会社の営業職員等である」ことのみを絞込みの理由であるとして、自社の商品のみを顧客に提示・推奨することは、顧客が重視する項目を丁寧かつ明確に把握した上で顧客の意向に沿って保険商品を絞り込み推奨することを求める保険業法施行規則改正案及び監督指針改正案の趣旨に照らして、許容されないとの理解でよいか。	貴見のとおりです。 二以上の比較可能な同種の保険契約がある場合に、顧客の意向を踏まえず、「当該保険会社の営業職員等であること」を理由として、自社商品のみを提示・推奨することは適切ではありません。 推奨販売においては、顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認した上で、当該意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨する必要があります。 なお、自社商品を提示・推奨する場合であっても、その理由は、顧客の意向に照らした商品内容、保障(補償)内容、保険料水準等との関係で説明される必要があります。
416.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)について、顧客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おいて、推奨する基準・理由等が複数ある場合には、その主たるものを説明する必	貴見のとおりです。 なお、手数料水準、便宜供与、販売目標等の代理店の都合による理由を、他の理由に置き換えて説明することは適切ではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		要がある、との理解でよいか。	
417.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客から「最も保険料が安い保険会社が良い」という意向があった場合、年齢や等級、事故有無や補償条件等によりあらゆるパターンが想定され、また、補償内容が各社均一で揃うことは無いため、正しい比較による価格差の提示は現実的には難しく、乗合代理店にとっても負担増となるところ、どのような対応が必要になるのか伺いたい。	顧客が「最も保険料が安い商品を希望する」と述べた場合であっても、保険料の多寡のみをもって直ちに商品を選別し、提示・推奨するのではなく、顧客のリスク認識、保障(補償)内容、保険金額、保険期間、特約、免責等について、適切に意向を把握する必要があります。 その上で、保険料水準を重視する意向に沿って、可能な限り同一又は近似の条件で比較し、保障(補償)内容やサービス等の差異、保険料に影響する要素を顧客に分かりやすく説明することなどⅡ－4－2－9(5)①A及びⅡ－4－2－2(9)に照らして適切に対応することが重要です。 なお、全ての案件について、取扱保険会社全社の保険契約を網羅的に試算・説明することを一律に求めるものではありません。顧客との対話を通じて、必要な保障(補償)内容、リスク許容度、保険料負担等を確認し、顧客の意向に沿って比較対象を絞り込むことは考えられます。 ただし、顧客の意向に沿って比較対象を絞り込むことは、特定の保険契約への推奨行為にあたるため、Ⅱ－4－2－9(5)①B.に基づき、絞り込みの基準や理由等を合理的かつ一定の具体性をもって説明することなどが必要です。また、手数料水準、販売目標、便宜供与等の代理店の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは認められないため留意が必要です。
418.	Ⅱ－4－2－9(5)	推奨方針について、当社は損保15社、生保24社と代理店委託契約を結んでいる。 顧客から、「とにかく一番保険料が安い保険に加入したい」という意向があった場合、生命保険の場合であれば、24社の保険料を試算する必要があるのか伺いたい。 顧客と話し合いながら、客観的な理由(例えば保障の広さ等)を説明した上で顧客が納得できていれば、乗合代理店がある程度絞り込んだうえで提案を行っても問題はないか。 顧客の意向をよく聞き、顧客の要望を引き出しながら絞り込む場合、改正案に反していないものと考えている。	
419.	Ⅱ－4－2－9(5)	「推奨する場合の、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由」について、一般的に、乗合代理店による商品・保険会社の「推奨」行為には、顧客のニーズ把握や経験に	「提示・推奨する基準や理由等」が、顧客の最善の利益の観点から、合理的かつ一定の具体性を有するかは、顧客の意向、商品特性等を踏まえ、個別具体的に判断されますが、例えば、顧客が

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		基づく判断など、一定程度の主観的要素が含まれるものと考えられる。 　そのような中で、「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由」という要件については、実務上の判断が難しい場面も想定されるが、本監督指針の趣旨に沿うものとして想定される基準や理由の具体例、また、趣旨に沿わない例や留意が必要な例について伺いたい。	重視する事項との関係で、保障(補償)内容、保険料水準、特約、免責、保障(補償)期間、支払事由を理由として説明する場合には、合理的かつ一定の具体性を有する理由となり得ます。 　一方で、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与、保険会社との取引関係等、顧客の意向や利益と直接関係しない代理店側の事情や保険募集人の主観的又は属人的な理由により特定の保険契約を提示・推奨することは適切ではありません。
420.	Ⅱ－4－2－9(5)	提示・推奨する理由には様々なものがあると考えるが、具体的にどのような範囲のものがこれに該当するのか伺いたい。	
421.	Ⅱ－4－2－9(5)	今後保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(以下、ロ方式とする。)を基本とする販売方針を策定した場合、顧客の意向に沿って比較可能な同種の保険契約又は特定の保険会社を選別・推奨して募集を行うことになると理解している。 　しかしながら、現状においては、取扱保険会社間で商品性、サービス、アフターフォロー体制等に大きな差が見られないケースが多く、保険料が低廉であること以外の点では顧客の意向を十分に差別化して把握できない状況が想定される。 　また、保険料においても乗合代理店型の保険会社の差は年間で数千円程度にとどまる場合が多く、概算保険料だけでは適切な比較が困難であることから、結局は取扱保険会社すべての保険料を算出し、保険契約の内容を説明した上で顧客意向を形成する募集プロセスとなってしまう可能	改正監督指針において、比較説明と別に推奨販売を定めている趣旨は、顧客の意向が多様であることを踏まえ、全ての場合に取扱保険会社全社の商品を網羅的に比較説明することを求めるのではなく、顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することを可能とする点にあります。 　したがって、保険会社間の商品性や保険料水準の差異が小さい場合であっても、顧客が重視する事項を確認した上で、保障(補償)内容等の商品特性や保険料など、顧客の意向との関係で合理的かつ一定の具体性を有し、顧客の比較判断に資する客観的事項を踏まえて提示・推奨することが重要です。なお、代理店の都合や保険募集人の主観的又は属人的な事項を提示・推奨理由とすることは恣意的な保険契約の選別に該当し得るため、適切ではありません。 　一方で、顧客の意向に照らして差異が乏しい場合には、その旨

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		性が高い。 　このような場合、実態として同号イ(以下、イ方式とする。)と同じ募集プロセスを経ることとなり、乗合代理店がロ方式を採用したとしても、実質的にイ方式による募集と変わらない運用となってしまう懸念がある。保険契約ごとの差異がほとんどない現状において、ロ方式を残した趣旨を確認したい。 　また、比較推奨販売に関する方針を乗合代理店が策定するにあたり、どこまで具体的に定めるべきか伺いたい。	を説明した上で、必要な範囲で分かりやすく説明することが考えられます。全ての場合に、全社の詳細な見積りや商品説明を一律に求めるものではありません。 　また、比較推奨販売に関する方針については、乗合代理店自身の規模や業務特性を踏まえつつ、保険募集人ごとに恣意的な運用とならないよう、Ⅱ－4－2－9(5)②に基づき、例えば、提示・推奨する基準や理由、意向把握の方法、顧客が重視する事項の確認方法、顧客への説明方法、記録・検証方法などを組織的に適切に定めたうえで、各店舗又は各保険募集人に対し教育・管理・指導を徹底することが重要であると考えます。 　なお、当該方針は、手数料水準、販売目標、便宜供与等の代理店の都合により特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導するものとならないよう留意する必要があります。
422.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5) ①A.(c)に「自らが勧める保険契約の優位性の根拠を説明しているか」と記載されているが、「自らが勧める」という表現は、監督指針Ⅱ－4－2－9(5) ①B.に記載されている「推奨」と明確に区別できるものではないことから意図的に異なる文言が使用されているという理解だが、違いについて伺いたい。 　また、今後、乗合代理店が比較推奨販売に関する方針を策定するにあたり、注意すべき点(表現方法等)を伺いたい。	Ⅱ－4－2－9(5)①A.は、乗合代理店が複数の保険契約の内容を比較して説明する場合を想定したものです。その中でA.(c)の「自らが勧める保険契約」とは、比較説明の過程や、同①B.において特定の保険契約を提示・推奨する際に、特定の保険契約の優位性を説明する場面を想定したものです。 　一方、同①B.は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から、顧客の意向に沿って、一又は二以上の保険契約を選別し、提示・推奨する場合を想定したものです。 　両者は、実務上、重なり得る場面もありますが、Aは「比較説明」、Bは「顧客意向に沿った選別・提示・推奨」に着目した整理です。 　比較推奨販売に関する方針を策定する際には、比較説明を行う場合と推奨販売を行う場合を区別しつつ、いずれの場合も、顧客

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			の意向に沿わない特定の保険契約への恣意的な誘導とならないよう、例えば、顧客意向の把握方法、顧客が重視する事項の確認方法、顧客への説明方法、記録・検証方法などを組織的に適切に定めたうえで、各店舗又は各保険募集人に対し教育・管理・指導を徹底することが重要であると考えます。
423.	―	顧客の意向把握のプロセスについて、下記1.から5.の流れで行うことが考えられる。 1.当初意向の把握 2.説明を受ける商品を絞り込むかの確認 3.特に重視する意向の把握 4.商品特性等により、代理店が特定の保険契約を推奨する場合の取扱い 5.個別商品の説明・申込 上記1.について、当初意向を把握する事項としては、希望する保障内容(万一の保障・遺族の生活保障、医療・介護・就業不能に備える保障、資産形成等)、貯蓄部分の必要性、保障期間、保険料、保険金額に関する範囲の希望、優先する事項がある場合は、その旨等とすることが考えられる、という理解でよいか。	貴見のとおりです。
424.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)前段に「当該提示・推奨する基準や理由等」と記載されているが、「基準や理由等」については、後段の「合理的かつ一定の具体性を有する」必要はないと考えてよいか。	Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)前段の「当該提示・推奨する基準や理由等」については、顧客の意向との関係で、合理的かつ一定の具体性を有するものである必要があります。 前段は、乗合代理店が「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から、顧客の意向に沿って、一又は二以上の保険契約を選別し、提示・推奨する場合の説明を求めるものです。後段は、特に

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			特定の保険契約を推奨する場合には、保険募集人の恣意的な判断が介在する程度が高まることから、顧客の最善の利益を勘案し、代理店都合によらない合理的かつ具体的な基準や理由の説明が特に重要であることを明確化したものです。 　したがって、前段・後段のいずれの場合も、抽象的又は形式的な説明では足りず、顧客の意向に照らして、提示・推奨の基準や理由等を分かりやすく説明する必要があります。
425.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.について、前提として、現在の保険契約は内容が完全に同じものがなく、比較推奨の対象となりうる内容も保険料、特約、付帯サービス等、多岐に亘っており、全ての情報を網羅的に比較し、完全に同条件での比較を行うことは実務上極めて困難である。 　この点、乗合代理店は保険仲立人のようなベストアドバイス義務を負っている訳ではないことから、把握した顧客の意向に対し、乗合代理店で設定した客観的かつ合理的な基準に基づき保険契約を絞り込み、その推奨方針と理由を顧客に明示して勧めることで問題ないか。	推奨販売の対象となる保険契約は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」であり、乗合代理店が取り扱う全ての保険契約について、網羅的かつ一律に説明が求められるものではありません。 　一方で、貴見のケースにおいて、想定されている場面が必ずしも明らかではありませんが、あらかじめ乗合代理店が設定した推奨方針のみを理由に、顧客の意向に先立って特定の保険契約を絞り込み、提示・推奨することは、顧客の意向に基づく選別とはいえず、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止の趣旨に照らし、適切ではありません。 　乗合代理店が商品を選別し、提示・推奨する場合には、顧客の意向を把握した上で、当該意向との関係で、保障(補償)内容、保険料水準、特約等について、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必要があります。 　なお、社内規則等において、提示・推奨に係る判断枠組みや基準を定めること自体は必要ですが、当該基準は、顧客意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨を行うためのものであり、代理店都合による事前の絞込みを正当化するものではありません。
426.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①A.では、取扱保険会社すべて	Ⅱ－4－2－9(5)①A.は、保険会社との代理店委託契約又はこれ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		の保険契約を比較・説明したうえで顧客に選択してもらうことが求められている一方、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.では、顧客の意向、とりわけ商品特性や保険料水準を踏まえて特定の保険契約を推奨するとされており、両方式の実務上の差異が、ほぼなくなっているように感じられる。 しかしながら、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)後段に「推奨する特定の保険契約以外の保険契約もある旨及び顧客の求めに応じて、それらの保険契約の概要又は契約内容を説明する旨を説明しているか」と記載されており、結果として、同B.においても取扱保険会社すべてについて説明することが求められる内容となっている。 例えば、特定の保険契約を推奨しつつ、顧客に対して保険料や保障(補償)内容について他社商品との違いがある旨を説明すれば、顧客から他社商品の説明を求められることは容易に想定される。 このような点を踏まえると、両方式の違いが不明確になっていると考えられるが、具体的にどのような募集場面を想定して整理されているのかご教示いただきたい。	に基づく覚書等において定められた保険契約全てを比較する場合や、Ⅱ－4－2－9(5)①B.において、特定の保険契約を提示・推奨する際、当該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を想定したものです。 一方、同①B.は、保険会社との代理店委託契約又はこれに基づく覚書等において定められた保険契約のうち、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から、顧客の意向に沿って一又は二以上の保険契約を選別し、提示・推奨する場合を想定したものです。 したがって、①B.は、取扱保険会社等の全ての保険契約について説明を求めるものではなく、顧客の意向に照らして選別対象となった範囲について対応するものです。 また、①B.において特定の保険契約を推奨する場合には、当該契約を推奨する基準や理由等を説明するとともに、推奨する契約以外にも選別対象となった保険契約がある旨及び顧客の求めに応じてそれらの概要又は契約内容を説明する旨を説明する必要があります。
427.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)について、「乗合代理店が二以上の比較可能な同種の保険契約の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、一又は二以上の保険契約を提示・推奨する場合には」と記載されているが、顧客の意向を把握していれば、すべての乗合保険会社の保険契約を説明する必要はないという理解でよいか。 また、顧客の意向に沿っていれば、乗合代理店が一つの	Ⅱ－4－2－9(5)①B.については、保険会社との代理店委託契約又はこれに基づく覚書等において、取り扱うこととされている保険契約の中に「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在する場合に、顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨する際の対応を定めるものです。したがって、全ての乗合保険会社の保険契約を一律に説明することを求めるものではありません。 また、顧客の意向に沿って選別した結果、合理的かつ一定の具

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		保険契約を推奨することも許容されると考えて問題ないか。	体性を有する基準や理由等に基づき、一の保険契約のみを提示・推奨することもあり得ます。ただし、その場合には、提示・推奨する保険契約の概要、当該契約を提示・推奨する基準や理由及び推奨する契約以外にも顧客の意向に沿った保険契約がある旨及び顧客の求めに応じてそれらの保険契約の概要又は契約内容を説明する旨を顧客に分かりやすく説明する必要があります。 なお、手数料水準、販売目標、便宜供与等の代理店の都合により、特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
428.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向把握のプロセスについて、下記1.から5.の流れで行うことが考えられる。 1.当初意向の把握 2.説明を受ける商品を絞り込むかの確認 3.特に重視する意向の把握 4.商品特性等により、代理店が特定の保険契約を推奨する場合の取扱い 5.個別商品の説明・申込 上記2について、 監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)では「乗合代理店が二以上の比較可能な同種の保険契約の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、一又は二以上の保険契約を提示・推奨する場合」(例えば、医療という種別・特性で絞り込んだ場合)に、「顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認」した上で、もしくは、「顧客の意向が不明確な場合であっても、保険契約の選別に当たっては、例えば、顧客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、顧客の意向を把握した」結果、当該顧	ご意見にあるプロセスは、顧客の意向把握及び推奨販売の一例としてあり得るものと考えます。 顧客の意向に沿って選別した結果、なお複数の保険契約が残る場合に、例えば、保険料水準を重視する顧客意向を踏まえつつ、保障範囲の広さ等の商品特性によりA商品を提示・推奨することは、顧客の最善の利益を勘案したものとして、顧客の意向との関係で合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等を説明できる限り、直ちに問題となるものではありません。 その場合には、A商品を推奨する理由、A商品以外にも比較・選別対象となった保険契約がある旨及び顧客の求めに応じてそれらの概要又は契約内容を説明する旨を、分かりやすく説明する必要があります。 なお、推奨商品群をあらかじめ固定的に設定し、それを顧客意向の把握・確認に代替させるような運用は適切ではありません。一方で、乗合代理店には、提示・推奨する基準や理由等を社内規則等に定め、当該枠組みに基づき、顧客の意向に沿って個別具体的に保険契約を選別し、提示・推奨する態勢を整備することが求

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		客の意向(例えば、医療で、とにかく保険料が低廉を希望等)を踏まえても、なお、当該意向に沿った商品が複数ある(例えば、A商品、B商品、C商品)場合が存在すると思われる。 　このような場合に、例えば、保障範囲が広いことから、A・B・CのうちA商品を推奨することは、「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」の説明として問題となるものではない、という理解でよいか。 　(「医療」という商品特性により絞り込んだ上で、「保険料水準」という顧客が重視する項目に沿って選別している(さらに「顧客最善利益を勘案した基準や理由(合理的かつ一定の具体性を有する説明)」)といえるものであり、このようなケースのために、推奨商品(群)を設定しておく必要性はない。 　推奨商品(群)を設定しておくこと自体が、「顧客の意向がないため推奨商品群を推奨した」という、本来、顧客の意向を丁寧に確認・把握すべき取扱いの潜脱につながるおそれがある、という理解でよいか)	められます。
429.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)により、顧客の意向に基づいて選別した保険契約の数が多い場合(それ以上は顧客の意向に基づいて絞り込むことが難しく、あえて質問をして絞り込もうとすると誘導になりかねない場合)には、保険募集人や乗合代理店の都合によることなく、顧客が示	推奨販売を行うに当たっては、まず、比較可能な同種の保険契約の範囲を判断できる程度に、顧客の意向を把握することが前提となります。 　その上で、顧客の意向に沿って選別してもなお複数の保険契約が残る場合には、顧客が重視すると考えられる事項を例示するな

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		した意向との対応関係や顧客の最善利益を勘案し、推奨する保険契約を絞り込んだ上で、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等を説明(補償内容などの商品特性等に関する説明)することができるという理解でよいか。	どして、可能な限り追加的に意向を把握することが重要です。 その結果、なお複数の保険契約が残る場合には、顧客の意向との対応関係や顧客の最善の利益を勘案しつつ、保障(補償)内容等の商品特性や保険料水準等に基づき、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等を説明した上で、特定の保険契約を提示・推奨することが考えられます。 ただし、この場合、推奨する特定の保険契約以外の保険契約もある旨及び顧客の求めに応じて、それらの保険契約の概要又は契約内容を説明する旨を説明する必要があります。 また、比較対象を狭める目的で顧客の意向を恣意的に誘導することや、手数料水準、販売目標、便宜供与等の代理店の都合により特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。
430.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客から保険料水準を重視する意向が示された場合、乗合代理店が各社の保険料水準を顧客に示すに当たっては、特定の保険会社に恣意的な誘導をすることがないように、算出の前提となる補償内容(特約等の内容を含む)は同等の内容である必要があるものと考えるがどうか。	顧客が保険料水準を重視する意向を示している場合、保障(補償)内容、特約、保険金額、免責金額、保険期間、対象リスク等の前提条件を可能な限り同一又は近似の条件にすることが望ましいと考えられます。 また、保険料に関する比較表示を行う場合は、Ⅱ－4－2－2(9)④の趣旨に照らして、契約条件や保障(補償)内容の概要等、保険料に影響を与えるような前提条件について、顧客に適切に示す必要があり、かつ、前提条件や補償内容の差異により保険料が異なる場合がある旨、顧客に予め説明することが重要です。
431.	Ⅱ－4－2－9(5)	推奨販売における情報提供義務において、「推奨」の意味する所を確認をしたい。例えば、AからJ社まで計10社の比較可能な同種の保険契約を取り扱っている乗合代理店の保険募集人が、顧客の意向(例:がんの自由診療にも備え	比較可能な同種の保険契約の中から、顧客の意向に沿って一又は二以上の保険契約を選別し、顧客に示す行為は「提示」に当たり得ます。 また、その中から、保険募集人が、当該顧客の意向を踏まえて、特定の保険契約を勧める場合には「推奨」に当たりま

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		られるがん保険)に沿って、10社のうち、がん自由診療特約を付帯できるAからC社に絞って顧客に提案したとする。 この時、顧客から「このAからC社の中でおすすめはどの会社か」と聞かれた保険募集人が、比較販売における情報提供義務を履行した上で、「○○な理由から、A社がおすすめです」などと追加の説明を加えたとする。 監督指針における「推奨」とは、上記例でいうAからJ社の中から、AからC社を提案するところまでを指しているという理解か。それとも、提示・推奨したAからC社の中から、A社を勧める説明も、特定の保険会社を「推奨」した事になるのか。	す。 A社を推奨する基準や理由について、顧客の意向との関係で、合理的かつ一定の具体性を有する説明を行う必要があります。また、A社以外にも比較・選別対象となったB社・C社がある旨及び顧客の求めに応じて、それらの概要又は契約内容を説明する旨を説明する必要があります。
432.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客が複数の意向(低廉な保険料水準、幅広い補償範囲、優れたアフターフォロー体制等)を示した場合、当該複数の意向の中で顧客が最も優先する意向に基づいて保険契約を選別し推奨することも認められるとの理解でよいか。	顧客が複数の意向を示した場合には、顧客が特に重視する事項や優先順位を確認した上で、当該意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨することは考えられますが、顧客の優先順位を確認する過程で、特定の保険契約へ誘導するよう恣意的に意向を形成又は解釈することは適切ではありません。 特定の保険契約を選別し、提示・推奨するに当たっては、顧客が重視する事項を踏まえつつ、推奨する保険契約が、当該事項にどのように対応しているかという観点から、保障(補償)内容等の商品特性や保険料水準等等に基づいて主たる基準や理由等を説明することが基本となります。
433.	Ⅱ－4－2－9(5)	例えば、履行保証保険は必然的に保険契約の申込みから発注者が定める保険証券提出の期限までの期間が短いことに留意して保険募集を行う必要がある。 乗合代理店において、当該顧客に対する履行保証保険の	顧客の具体的な意向の内容によるため、個別具体的に判断されるべきであり、一律の見解を示すことは困難です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		与信枠が既に設定されている保険会社と未設定の保険会社がある場合、前述の点に留意して、与信枠が既に設定されている保険会社を選定・推奨することは顧客の意向に沿った保険会社・商品の選定・推奨に当たるとの理解でよいか。	
434.	Ⅱ－4－2－9(5)	今回の改正案では、「特定の保険契約を推奨する場合には、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由を説明する」ことが求められるが、システムにより特定の保険契約・保険会社を絞り込み、推奨した場合でも、保険募集人による「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由」の説明が必要との理解でよいか。 例えば、顧客への説明について、「当社システムによりA保険会社の保険が推奨商品となりました」と説明するだけでは不十分であり、「システムが、どのような基準や理由でその保険会社・保険契約を推奨したのか」を保険募集人が説明する必要があると考える。	システムの内容や運用に応じ個別具体的に判断されるべき事項ですが、一般論として、システムにより特定の保険契約を選別し、提示・推奨する場合であっても、保険募集人は、当該提示・推奨について「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由」の説明を行う必要があります。 また、単に「システムにより推奨された」との説明では足りず、顧客の意向との対応関係を踏まえた提示・推奨の基準や理由などⅡ－4－2－9(5)に照らして適切に説明することが必要です。
435.	Ⅱ－4－2－9(5)	代理店が定める客観的基準において、例えば、「乗合代理店と保険会社との属人的な関係による事務連携のしやすさ」を「顧客への迅速な情報提供」という名目に書き換えるなど代理店都合の基準を顧客の最善の利益を勘案した基準・理由とみなして保険契約を推奨することは不適切と考えるがどうか。	ご理解のとおりです。 推奨販売においては、顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を提示・推奨する必要があります。 したがって、乗合代理店と保険会社との属人的な関係、事務連携のしやすさ、営業上の関係等の代理店の都合を、「顧客への迅速な情報提供」等と形式的に言い換え、顧客の最善の利益を勘案した理由であるかのように説明することは適切ではありません。 一方で、商品特性や保険料水準といった事項を主たる提示・推

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			奨理由として説明することを前提に、保険会社が提供する照会対応サービスや事故対応サービスを顧客が重視し、かつ、これらの事項が、顧客意向との関係で合理性・具体性を有し、顧客の比較判断に資する事項にあたる場合には、顧客の意向に沿った推奨理由の一要素となり得ます。その場合でも、代理店都合ではなく、顧客利益との関係で具体的に説明する必要があります。ただし、このような場合であっても、まずは商品特性や保険料水準にかかる顧客の意向を把握し、顧客との意向との関係で提示・推奨理由を説明することが重要です。
436.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針II－4－2－9 (5)①B.に記載されている「顧客の意向に沿って保険契約を選別する場合には、事前に商品特性や保険料水準などの顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認する」を踏まえ、顧客の意向(保険加入の目的、保険種別、重要視する保障(補償)内容、特約、保険会社の特性、保険料など)を踏まえた上で、提示・推奨する保険契約を乗合代理店が選別し顧客に提示する。その後、選別した保険契約の中から、保険募集人や乗合代理店の都合ではない前提において、乗合代理店で特定の保険契約を推奨できるとの理解でよいか。	貴見のようなケースは、顧客の意向把握及び推奨販売の一例としてあり得るものと考えます。 乗合代理店は、まず、顧客の意向を踏まえ、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から、一又は二以上の保険契約を選別し、提示・推奨することができます。 その上で、当該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、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必要があります。 したがって、特定の保険契約を推奨すること自体は否定されませんが、当該推奨は、把握した顧客の意向に沿ったものである必要があり、手数料水準、販売目標、便宜供与等の代理店の都合による恣意的な選別・誘導とならないよう留意する必要があります。 なお、主たる基準や理由等として、顧客の意向に沿う保障(補償)内容、特約等の商品特性や保険料水準といった商品に関する

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			事項を説明する必要があります。
437.	Ⅱ－4－2－9(5)	・監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)(注3) 「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する」について確認したい。 顧客の保険に関する知識が十分ではないケースにおいては、顧客の意向を明確にする観点から、募集に携わる役員・使用人が、顧客に必要と考えられる補償や事故受付や事故処理体制等のサービスについて、保険会社ごとの違いを理解し提案することも、保険募集人としての役割のひとつであると考える。 ただし、その提案は、顧客の最善の利益を勘案したものである必要があり、代理店の都合によって特定の保険会社に誘導するものであってはならないと理解している。 例えば、以下のような提案は恣意的な誘導と捉えられ得ると考えるがどうか。 ・ 顧客の利益に資すると考えられる補償・サービス等に対応する商品が複数社に存在するにも関わらず、特定の保険会社の商品のみを提案すること。 ・ 類似の補償・サービスとのメリット・デメリットの説明をすることなく、特定の保険会社の商品のメリットや他の商品のデメリットのみを説明して提案すること。 ・（顧客の意向が示される前に、または複数の推奨項目として示すことではなく）自店の販売実績のみをもって提案すること。	貴見のとおりです。 顧客の意向を把握する過程においては、顧客が自らのリスクや保険ニーズを適切に認識し意向を表明できるよう、商品特性等といった保険商品に直接関係する事項を確認した上で、意向把握のために確認する事項が、他の商品選択肢を不当に排除しない合理的かつ一定の具体性を有するものとなっているか留意する必要があります。 なお、顧客意向との関係を確認せず、例えば、顧客の意向に合致し得る保険契約が複数存在するにもかかわらず特定の保険契約のみを提案すること、特定の保険契約のメリット又はデメリットのみを片面的に説明することや自店の販売実績のみを理由に提案することは、恣意的な誘導と評価され得ます。
438.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向に沿って選別した保険契約の中から、顧客の	貴見において想定されている場面が必ずしも明確ではありま

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		最善の利益を勘案したものとして、保険募集人や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を説明して特定の保険会社を推奨した場合においても、推奨する特定の保険契約以外の保険契約がある旨を説明し、概要及び契約内容を説明する必要があるか。	せんが、Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)に基づき、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等を説明し、特定の保険会社を推奨した場合においても、推奨する特定の保険契約以外の保険契約がある旨を説明し、顧客の求めに応じて、それらの概要又は契約内容を説明する旨を説明する必要があります。
439.	Ⅱ－4－2－9(5)	「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しているか」という点について、合理性・具体性が、どの時点でどのような記録や説明内容であれば充足していると判断されるのか明確にしていただきたい。また、基準について、法人保険と個人保険で異なる場合には、その点もお示しいただきたい。	合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等の内容、説明時点及び記録方法については、一概にお示しすることは困難です。 なお、一般論としては、特定の保険契約を提示・推奨する場合には、具体的な顧客の意向を把握する必要があります。その上で、提示・推奨理由として、保障(補償)内容、保障(補償)期間、特約等の商品特性や保険料水準を踏まえた合理的かつ具体的な説明であり、顧客の比較判断に資する客観的事項である必要があります。これら推奨基準や理由は、顧客の属性のみによって一律に定めるのではなく、顧客の具体的な意向を踏まえる必要があります。
440.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針II－4－2－9(5)①B.(a)第1段落の保険契約の選別は、保険募集人が募集時に確認された個々の顧客の意向に沿って行うことになると理解しているが、その際、仮に全く同じ意向の顧客がいたとすれば、乗合代理店として全く同じ保険契約が選別されなければならないという理解になるのか。 また、同B.(a)第1段落の保険契約の選別後に第2段落の特定の保険契約の推奨を行う際の「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等」とは、乗合代理店として統一された基準や理由等を社内規則等に定めなければならない	顧客の意向に沿った保険契約の選別にあたっては、個々の保険募集人が把握した顧客の具体的な意向を踏まえ、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき特定の保険契約を提示・推奨した結果、保険募集人ごとに異なる保険契約を提示・推奨すること自体は、同じ意向であっても顧客によってリスク許容度、顧客属性等が異なるため、直ちに不適切とされるものではありません。 もっとも、属人的・恣意的判断により保険募集人ごとに異なる保険契約を提示・推奨することは適切ではありません。 特定の保険契約を推奨する基準や理由等についての社内規則

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		という理解になるのか。なお、当該基準や理由等を公表する必要はないという理解でよいか。	等は、乗合代理店自身の規模や業務特性を踏まえつつ、保険募集人ごとに恣意的な運用とならないよう、例えば、顧客意向の把握方法、顧客が重視する事項の確認方法、提示・推奨する基準や理由、顧客への説明方法、記録・検証方法などを組織的に適切に定めたうえで、各店舗又は各保険募集人に対し教育・管理・指導を徹底することが重要であると考えます。 当該社内規則等の公表は法令上義務付けられていませんが、顧客に対しては、把握した意向と提示・推奨する保険契約との対応関係など、Ⅱ－4－2－9(5)①B.において求められた事項を分かりやすく説明する必要があります。
441.	Ⅱ－4－2－9(5)	意向把握をしたうえで、顧客から保険料水準を重視する意向が示された場合、一般的な消費者が求めるであろう補償内容を基準として、同等の補償内容で複数保険会社の保険料をあらかじめ比較し、その算出結果を根拠に顧客へ推奨販売をすることが許容されるという理解でよいか。なお、当該対応が許容される場合であっても、各保険会社の保険料改定等が発生した際には、その都度保険料の比較を行う必要があるとの理解でよいか。	顧客が保険料水準を重視する意向を示している場合、保障(補償)内容、特約、保険金額、免責金額、保険期間、対象リスク等の前提条件を可能な限り同一又は近似の条件にした上で、複数保険会社の保険料を比較し、その結果を提示・推奨理由の一つとすることは考えられます。その際は、比較説明及び推奨販売にあたりうることから、Ⅱ－4－2－9(5)①A.及びB.に照らして、適切に顧客に説明する必要があります。 ただし、保険料の比較に当たり、「一般的な消費者が求める補償内容」を用いる場合であっても、当該内容が当該顧客の意向に沿うものであるかを確認する必要があります。また、各社の商品内容、保険料水準、引受条件等に改定があった場合には、当該比較結果が最新の内容を反映したものとなるよう適切に更新・管理する必要があります。 なお、貴見のようなケースにおいては、Ⅱ－4－2－2(9)④の趣旨に照らして、前提条件や保障(補償)内容の差異により実際の保

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			険料水準が異なる場合がある旨、顧客に予め説明することが重要と考えられます。
442.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロでは、顧客の意向に沿って保険契約を選別する場合には「事前に商品特性や保険料水準などの顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認する」となっている。 ダイレクト損保のように保険料水準に明らかな商品特性がある場合を除き、その他の損害保険会社の商品内容は顧客に明確な違い(特性事項)を認識させることが困難な内容である。 今般の改正において示す「事前に商品特性や保険料水準などの顧客が重視する事項」のうち、「商品特性」とは主に何を指すと想定されているのか。 また、例えば、保険本体では無い「付帯サービス(ブランド保険補償内容)」は「商品特性」に該当するのか。	「商品特性」とは、保険の種別、保障(補償)内容、特約、免責、保険期間等、当該保険契約の内容・条件に関する特徴を指します。付帯サービスについては、保険契約との関連性によって「商品特性」に当たるか否かにつき判断が異なるため、一概に回答することは困難です。 なお、特定の保険契約を提示・推奨する際、主契約や保障(補償)内容との関連性、サービスの内容・利用条件等を踏まえ、顧客の適切な商品選択の機会に影響を与える場合には、顧客の意向を踏まえ、その内容を顧客に誤認なく説明し、手数料水準、販売目標、便宜供与等の代理店の都合による特定の保険契約への誘導とならないよう留意する必要があります。 また、商品間の差異が小さい場合であっても、全ての案件において、全保険契約について網羅的・画一的な比較説明を一律に求めるものではなく、顧客が重視する事項に即して、必要な範囲で分かりやすく説明することが重要です。
443.	－	商品特性に有意な差が認められない複数の保険契約を取り扱っている場合でも、いきなり監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)後段に定める「特定の保険契約を推奨する」ことはできず、同B.(a)前段に定める顧客の意向に沿った保険契約の選別を行う必要があると理解しているが、商品特性以外の顧客の意向を確認することにより保険契約の選別を行うことは許容されるという理解でよいか。 また、商品特性に有意な差が認められない場合に、商品	顧客の意向に沿った保険契約を選別するに当たっては、商品特性以外の顧客の意向を確認することは一概に否定されませんが、結果的に保険募集人による恣意的な特定の保険契約の選別とならないよう留意する必要があります。 Ⅱ－4－2－2(3)に照らして適切に意向把握・確認義務を果たした上で比較説明を行うことは否定されませんが、比較説明の際にはⅡ－4－2－9(5)①A.及びⅡ－4－2－2(9)②を遵守する必要があること、また、例えば、比較対象となる保険契約をあらかじめ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		特性以外の顧客の意向を確認せず、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①A.に定める比較説明を行うことも考えられるという理解でよいか。	限定することは、結果として顧客の意向に沿わない保険契約の選別に該当し得ることに留意が必要です。
444.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の最善の利益とは、保険事故が発生した際に速やかに保険金を受け取れることだと認識しているが、保険金支払実績や請求実務に精通しているという事実は「商品特性等」に含まれるのか。	商品特性等により特定の保険契約を推奨する場合における「商品特性等」とは、例えば、商品特性や保険料水準など客観的なものを指し、請求実務に精通しているといった乗合代理店による主観的又は属人的な理由は該当しないと考えられます。 なお、ご意見を踏まえ、Ⅱ－4－2－9(5)①B「商品特性や保険料水準など」及びⅡ－4－2－9(5)①B(a)「商品特性等」を修正いたしました。
445.	Ⅱ－4－2－9(5)	「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」とあるが、商品特性等との記載に関して、商品特性以外の選定基準としてはどのようなケースを意図しているのか。商品特性によらずに特定の保険契約を推奨してもよいという反対解釈を招くおそれがあるため、趣旨を確認したい。	
446.	－	顧客の意向を確認する前に、例えば、「意向把握に基づいた乗合保険会社の保険料比較」、「保険募集人個人または店舗単位における事故対応で推奨する保険会社」、「保険募集人個人または店舗単位における契約手続の顧客利便性の高い保険会社」等をあらかじめ顧客に明示しておくことは、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロの運用として問題ないか確認したい。 顧客に明確な意向がある場合でも、別の選択肢に気付きを与える可能性も考えられ、事前に明示してくことは有効であると考える。また、明確な意向がない顧客に対しても、	乗合代理店が比較推奨販売を行うに当たっては、まず、顧客の意向を適切に把握することが前提となるため、貴見のような保険募集人個人又は店舗単位で「事故対応で推奨する保険会社」、「手続利便性が高い保険会社」等として、あらかじめ特定の保険会社を明示することは、顧客意向に基づく選別とはいえず、実質的に保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハと同様の運用となり得るため適切ではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		あらかじめ明示しておくことで、この意向を保険契約の選択肢として重視したいという気付きを与える可能性が考えられ、顧客本位の業務運営に資するものと考える。	
447.	Ⅱ－4－2－9(5)	「売れ筋で上位の保険を勧めてほしい」等の顧客意向を確認した場合、客観的な情報を用いて推奨することは許容されるという理解でよいか。また、客観的な情報について、例えば、外部評価機関による評価や一般的に書店等で販売されている雑誌に掲載されている等適切な手法によって集計されたランキングは客観的といえるか。	提示・推奨する基準や理由等が、顧客の最善の利益に照らし、合理的かつ一定の具体性を有するか否かについては、顧客の意向や商品特性等を踏まえ、個別具体的に判断されます。 他方、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止の趣旨は、便宜供与等により代理店の利益のみを優先して特定の保険契約の推奨が行われ、顧客の適切な商品選択の機会が阻害されないよう求める点にあり、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与、資本・取引関係、特定の保険会社の事務に精通していることなど代理店側の都合や、募集人の主観的又は属人的判断に基づく事項を基準や理由等とすることは、不適切な提示・推奨に該当し得るため適切でないと考えます。 比較推奨販売を行うに当たっては、顧客が自らの抱えるリスクや保険ニーズに合致した保険商品であるかを十分に確認できるよう、保険募集人が保険商品に係る事項について顧客の意向を丁寧に把握することが前提であると考えます。こうした点を踏まえると、顧客の意向に沿って特定の保険商品を提示・推奨する際には、主たる基準や理由等として、顧客の意向に沿う保障(補償)内容等の商品特性や保険料水準といった保険商品に直接関係する事項を説明する必要があります。 また、顧客が「売れ筋」、「ランキング上位」、「当該代理店における販売量の多さ」等の商品特性と直結しない事項についても重視する場合には、保険商品に直接関係する事項とあわせて、
448.	Ⅱ－4－2－9(5)	今般の監督指針改正の趣旨を踏まえると、「人気ランキング」、「資料請求件数ランキング」、「当該代理店における販売量の多さ」等について、顧客から説明を求められた際に、ランキング等として「提示」することはともかく、「推奨理由・基準」とすることに関しては、当該商品の手数料の多寡や便宜供与の影響の結果としてランキングされている可能性も完全には払拭できないことから、推奨理由としては不適切である(顧客の最善の利益を勘案していない)とも考えられるがどうか。	
449.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店によるインターネットでの募集について、当該代理店が過去から保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハを採用せず顧客の意向のみによる保険契約の選別によって募集していた場合には、その結果を適切に集計したデータに基づく限り、当該代理店においてインターネットでの売上ランキングを表示することは、改正後の比較推奨販売規制に違反するものではないという理解でよいか。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
450.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向に沿った商品が複数ある場合において、商品特性等により特定の保険契約を推奨する際は合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由の説明が必要となる。また、取扱高が多いと安心できるという理由で、保険会社との取引状況を重視する顧客も一定数いると考えられることから、例示の一つとして、代理店内の過去の保険会社ごとの販売実績のランキングを提示することは、ランキング作成のためのデータの集計方法等が合理的、客観的である限り、「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由」として認められるという理解でよいか。	提示・推奨理由とすることは否定されませんが、これらの事項は顧客意向との関係で合理性・具体性を有し、顧客の比較判断に資する客観的事項である必要があります。いずれにせよ、これらの事項は商品特性と直結せず、恣意的な推奨につながるおそれがある点に留意が必要です。 加えて、提示・推奨の基準や理由等に係る数値・資料の根拠について、例えば、同号ハに基づいて乗合代理店の店舗ごとに異なる保険会社の保険契約を取り扱っていたことを前提として、特定の保険契約を推奨するような資料等に基づく場合など、結果として、恣意的な選別とならないよう、収集期間、対象、件数、集計・評価方法等を明らかにするなど、合理性を適切に判断すべきです。 なお、外部評価機関による資料を用いるなど、乗合代理店において、当該資料の合理性や具体性を検証することが困難であるおそれが高い場合、調査主体、調査対象、調査時期、評価項目、サンプル数、集計方法等により結果が異なり得るため、当該資料の性質や限界を踏まえ、顧客に誤認を与えないようこれらについて説明する必要があります。 また、比較推奨の情報提供のみで適切な選択に至らない場合は、無理に特定の保険契約へ絞らず、比較説明や複数提示、追加の意向確認等により、顧客の適切な商品選択の機会を確保することが求められます。 なお、インターネット募集において売上ランキング等を表示する場合であっても、表示内容、画面導線、集計ロジック等によっては恣意的な特定の保険契約の推奨に該当し得るため、個別具体
451.	Ⅱ－4－2－9(5)	アフターサービス等の顧客満足度は算定する外部会社(オリコン等)によってランキングが異なるため、1社が必ず1位というわけではない。客観的評価を基にする場合、どのような尺度で評価すればよいのか。	
452.	Ⅱ－4－2－9(5)	推奨販売を行うにあたり、顧客ニーズをできる限り引き出すことの重要性が謳われていると認識している。 以下の考え方について相違ないか確認したい。 ・ 売れ筋商品や販売ランキング上位、といったニーズも、明確に顧客がそれを望んでいるなら、一切否定されるものではない。 ・ しかし、その時点の販売状況が、そもそも歪められたもの(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハで販売されてきた等)であるなど、潜脱的に対応されることは認められない。 ・ また、真に顧客が望んだのか(過剰に誘導したもので	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		はない等)を事後的に検証できるよう、実態として乗合代理店が推奨商品をあらかじめ用意していないこと(例：売れ筋商品に誘導する話法が存在しないこと)や、募集記録(応対記録)の詳細化など、乗合代理店には取組が求められ、保険会社にもその推進が求められる。	的に判断されるべき事項ですが、例えば、一般的に顧客が重視するであろう項目ごとに保険契約を掲載する場合には、特定の保険契約の提示・推奨に該当し得るため、当該保険契約の概要及び提示・推奨する基準や理由等を、顧客に分かりやすく説明する必要があります。
453.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向に沿って保険契約を選別して推奨する場合、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とあるが、乗合代理店が保険会社ごとに保険契約及びサービスを提供する体制(事故対応、引受能力、商品開発力、専門性、財務状況など定量、定性の両面)について客観的な基準を設けて具体的事実や事象に基づき総合的な評価を行い、その評価に基づき推奨方針を策定するとともに顧客に対して推奨方針の内容及び推奨方針の策定プロセスを説明することで推奨理由の説明とすることも可能との理解でよいか。	比較推奨販売を行うにあたっては、顧客の意向を適切に把握することが大前提となります。 その上で、特定の保険契約を提示・推奨する基準や理由等については、実際に把握した顧客の意向に沿った保険契約の絞り込みと対応関係にある理由を説明する必要があります。 したがって、あらかじめ乗合代理店が保険会社ごとに策定した一般的な推奨方針や、その策定プロセス自体を説明することのみをもって、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等の説明に代えることはできません。 なお、乗合代理店が所属保険会社等ごとの保険契約やサービス提供体制について、客観的な評価項目に基づき整理・分析すること自体を妨げるものではありませんが、特定の保険会社の保険契約の恣意的な提示・推奨とならないよう当該評価項目の内容等については、慎重に検討・判断する必要があります。 また、当該評価は、あくまで個別の顧客の意向との関係において、Ⅱ－4－2－9(5)①B.の内容・趣旨に照らし、具体的に説明される必要があることに留意が必要です。
454.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向把握にあたり、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(以下、ロ方式とする。)を原則として比較推	Ⅱ－4－2－9(5)①A.に定める比較説明(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イ)又は推奨販売(同号ロ)のいずれを採用す

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		奨販売に関する方針を策定し、顧客が重視する事項をアンケート形式により把握した上で、特定の保険会社又は特定の保険契約を選別することを検討している。 アンケートの設問例としては、日本損害保険協会が実施したものを参考に「商品特性」、「アフターフォロー体制」、「保険料水準」、「保険会社の社会貢献活動やブランドイメージ」等を想定しているが、いずれの項目も差異が生じにくいものが多く、顧客によっては全て重視するとの回答も想定される。そのような場合、同規則上では、より丁寧な意向把握や意向形成が求められているが、結果として選別に至らない可能性もあると考える。 このような場合、ロ方式による選別が困難となった時点で保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イ(以下、イ方式とする。)に切り替えて提案するべきか、あるいは、あらかじめ販売方針としてロ方式により選定・絞り込みに至らなかった場合には、イ方式による提案に切り替える旨まで販売方針として定めるべきか見解を伺いたい。	るか、又は、両者をどのように組み合わせて用いるかについては、各社において、取扱商品や募集形態、顧客属性等を踏まえつつ、顧客の最善の利益の確保の観点から適切に判断される事項であると考えられます。 なお、主たる基準や理由等として、顧客の意向に沿う保障(補償)内容、特約等の商品特性や保険料水準といった保険商品に関する事項をまず説明する必要があります。
455.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)「乗合代理店が二以上の比較可能な同種の保険契約の中から」と記載されているが、顧客は万が一に生じた事故に備えて保険に加入されていることを踏まえると、「二以上の比較可能な同種の保険契約」は単なる保険契約の比較だけではなく、その先にある事故対応、アフターフォローを含めると解釈してよいか。 また、保険会社ごとに商品や特約、約款構成なども異な	「二以上の比較可能な同種の保険契約」の考え方については、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」のとおり、主契約程度の意向の共通性も手がかりとしつつ、顧客の具体的な意向、対象リスク、保険給付・補償内容、保険契約の特性・類型等を踏まえつつ、個別具体的かつ実質的に判断されるものと考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		っているが、比較可能な同種の保険契約とは、補償だけではなく事故対応等を含むなど、どこまでの範囲をもって同種と解釈すればよいのか伺いたい。	また、事故対応やアフターフォローについては、一般に、対象リスクや保険給付・保障(補償)内容とは性質を異にするため、「同種」該当性を判断する際の主たる要素となるものではないと考えられます。
456.	―	顧客に対してアプローチする際、電話オペレーター等が意向把握を行い、保険募集人へ伝達した場合、改めて顧客から意向把握を行う必要はあるのか	電話オペレーター等が顧客の意向把握を行う場合であって、その行為が保険募集に該当する場合には、保険業法に基づき、当該オペレーターは保険募集を行うことができる保険募集人である必要があります。 その上で、ご意見にあるケースについては、個別具体的に判断すべき事項であり一概に回答することが困難ですが、一般論としては、特定の保険募集人が当初の意向を把握している場合であっても、顧客の意向が変遷する可能性があるため、他の保険募集人においても顧客の意向を適切に把握する必要があります。
457.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店において、特定の保険会社の保険契約について説明できる保険募集人をオペレーターとして配置するコールセンターを設ける場合がある。その際、特定の保険会社の保険契約の契約者(既契約者)ではなく未契約者を対象として当該コールセンターにおいて当該契約の募集を行う場合は、オペレーターが、顧客に対し、適切に権限明示を行うとともに、当該特定の保険会社の保険契約に関する説明を行う担当者である旨を説明した上で、顧客から当該説明を希望する旨の意向が確認できた場合には、当該特定の保険会社の保険契約の募集を行うことは許容されるという理解でよいか。 なお、顧客から当該特定の保険会社以外の保険会社の保	貴見のケースにおける具体的な募集態様が必ずしも明らかではありませんが、特定の保険会社の商品説明のみを行う保険募集人が、顧客(未契約者)や既契約者に対して保険募集を行う場合、当該保険会社の保険契約へ誘導し、比較推奨販売規制の潜脱となるおそれがあります。そのため、当該特定の保険会社の保険契約に関する説明を行う担当者であったとしても、そのことのみをもって顧客の意向を判断することは適切ではなく、保険募集を行うに当たっては、保険業法第294条第3項に基づく権限明示を適切に行うとともに、意向把握・確認義務を適切に履行する必要があります。 意向把握を行うに当たっては、顧客の保険商品に対する理解度合いにも留意しつつ、顧客が抱えるリスクを的確に把握し、顧客

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		険契約の説明を希望する旨の意向が確認できた場合は、かかる説明を行うことができる乗合代理店の保険募集人に連携して当該保険募集人が顧客対応を行うことを前提としている。	が複数の保険契約の中から自主的な判断により保険契約を選択できるよう、顧客の意向を丁寧かつ適切に把握するとともに、必要な情報提供が行われることが重要です。 なお、一連の保険募集の過程において、当該保険契約の特定が保険募集人による選別・提案が実質的に伴わず、顧客の主体的な判断のみにより特定の保険契約が選択されているといえるかについては、個別具体的に判断される必要があります。 また、通常の意向把握プロセスを経る過程において、乗合代理店が他の保険契約との比較説明を行う場合には、同法施行規則第227条の2第3項第4号イに係る対応が求められるとともに、顧客の状況や意向の内容に照らし、他の保険契約についても検討の余地が認められる場合には、意向把握・確認義務や比較推奨販売に係る規制の趣旨・目的を踏まえた適切な対応が求められます。そうした募集過程において、顧客が他の保険契約の説明を希望した場合には、適時・適切に、対応可能な保険募集人に連携するなど、顧客の意向に応じた対応を行う必要があります。 いずれにしても、乗合代理店においては、顧客の最善の利益を勘案する観点や、規制の趣旨・目的を十分に踏まえ、比較推奨販売に係る規制の潜脱とならないよう、乗合代理店自身の規模や業務特性に応じた実効的な対応を行う必要があります。
458.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店において、特定の保険会社の保険契約の取扱数が非常に多いなどの理由から、当該契約について説明できる保険募集人をオペレーターとして配置するコールセンターを設ける場合がある。その際、特定の保険会社の保険契約の契約者(既契約者)を対象として当該コールセンターにおいて当該契約の募集を行う場合は、オペレーターが、顧客に対し、適切に権限明示を行うとともに、当該特定の保険会社の保険契約に関する説明を行う担当者である旨を説明した上で、顧客から当該説明を希望する旨の意向が確認できた場合には、当該特定の保険会社の保険契約の募集を行うことは許容されるという理解でよいか。なお、顧客から当該特定の保険会社以外の保険会社の保険契約の説明を希望する旨の意向が確認できた場合は、かかる説明を行うことができる乗合代理店の保険募集人に連携して当該保険募集人が顧客対応を行うことを前提としている。	
459.	Ⅱ－4－2－9(5)	近年の環境意識やコンプラ意識の高まりの中、保険会社の地球環境問題への取組や行政処分歴等に関心のある顧客には、そうした情報(ホームページ等で公開されている情報など)を提供すべきものと考えるがそうした理解でよいか。	貴見のようなケースは具体的にどのような場面を想定しているか必ずしも明確ではありませんが、顧客が、保険会社の環境問題への取組み、法令等遵守態勢、行政処分歴等への関心を示した場合には、保険会社の公表資料、行政庁の公表情報等、正確性が確認できる情報を提供することは考えられます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			ただし、当該情報を提供する場合には、顧客に誤認を与えないよう、情報の基準時点、内容、対象範囲等を正確に説明する必要があるほか、関係法令及び監督指針を遵守する必要があります。
460.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.には、比較推奨販売を行うにあたり、乗合代理店が「顧客の意向に沿って保険契約を選別」する場合に遵守すべき点が詳述されており、顧客の意向を確認する方法については、監督指針Ⅱ－4－2－2(3)①及び②に記載されていると認識している。 乗合代理店が第二分野の商品の募集を行うに当たって把握すべき最低限の顧客意向は、監督指針Ⅱ－4－2－2(3)①及び②に記載されている程度の内容で問題ないか。	Ⅱ－4－2－2(3)①及び②は、顧客意向の把握・確認に関する基本的な考え方を示したものです。 したがって、第二分野の商品に係る意向把握・確認についても、同規定を踏まえて対応することとなりますが、当該規定のみをもって、全ての場合に一律に十分であるとする趣旨ではありません。 特に、乗合代理店が比較推奨販売を行う場合には、顧客の意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨する必要があるため、商品特性、保険料水準等、顧客が重視する事項を、取扱商品や募集形態に応じて適切に把握・確認する必要があります。
461.	Ⅱ－4－2－9(5)	損害保険における推奨方針の記載方法はどのように記載すればよいか。	貴見における推奨方針が必ずしも明確ではございませんが、乗合代理店が、代理店独自の理由等のみにより、あらかじめ特定の保険会社又は特定の保険契約を推奨商品として選定・決定することは、顧客の意向に基づく選別とはいえず、適切ではありません。
462.	－	顧客の意向把握のプロセスについて、下記1.から5.の流れで行うことが考えられる。 1.当初意向の把握 2.説明を受ける商品を絞り込むかの確認 3.特に重視する意向の把握 4.商品特性等により、代理店が特定の保険契約を推奨する場合の取扱い 5.個別商品の説明・申込	貴見のとおりです。 なお、顧客が特に重視する意向を把握するにあたっては、意向把握の方法等が顧客の意向確認に先立って特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導するものとなる場合には、代理店都合による恣意的な選別と評価され得るため留意が必要です。 各乗合代理店における取扱商品、募集形態、顧客属性、顧客の理解度等を踏まえつつも、保障内容といった商品特性等の保険商品に直接関係する事項を確認するとともに、合理的かつ一定の具

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		上記3.について、保険募集人が、顧客が特に重視する意向を把握するに当たっては、例えば、以下のような項目が考えられる、という理解でよいか。 また、把握する意向としては、以下のような項目が考えられるが、各社の募集実態に沿って創意工夫のもと、把握する項目を設定することが重要と考えられる、という理解でよいか。 (特に重視する意向) 〇保障内容・期間 ・万一の保障 備える期間、受取方法、保険料の支払方法(一括or分割)、通貨、変額保険　等 ・医療・介護・就業不能に備える保障 備える目的、備える期間、受取方法、保険料の支払方法(一括or分割)、保障範囲、通貨、変額保険等 ・資産形成 備える目的、備える期間、受取方法、保険料の支払方法(一括or分割)、通貨、変額保険　等 ・保障内容と保険料のバランス ・保険会社の付帯サービス ・その他	体性を有する基準や理由等として説明可能であり、他の商品選択肢を不当に排除しないものを確認する必要があることに留意が必要です。
463.	Ⅱ－4－2－9(5)	ヒアリングシートで顧客の意向を確認する際、加入目的・重視するポイントの選択肢に以下の事項を含めることは代理店都合により意図的に誘導しているとみなされる可能性はあるか。	本件については、個別具体的に判断すべき事項であり一概に回答することは困難ですが、顧客の意向を適切に把握する観点から、ヒアリングシートに加入目的や重視事項の選択肢を設けること自体は否定されません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		・特定の保険会社や保険契約の情報(例：団体割引適用商品) ・代理店の保有契約件数又は年間取扱契約件数上位〇社の保険契約 ・生命保険契約について簡易告知対応可能な保険会社	ただし、顧客が重視する事項を確認するにあたり、その選択肢や表示方法等については、顧客の意向が重要であることを前提に、顧客が自らのリスクや保険ニーズを適切に認識し意向を表明できるよう設計される必要があり、保障(補償)内容等の商品特性や保険料水準等といった保険商品に直接関係する事項を含めることが適切と考えます。 団体割引、簡易告知、取扱実績等を選択肢又は説明項目とする場合も、それらが合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等として説明可能であり、他の商品選択肢を不当に排除しない客観的な事項であることが必要です。 特に、「保有契約件数」や「年間取扱件数上位」等は、例えば、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハに基づいて乗合代理店の店舗ごとに異なる保険会社の保険契約を取り扱っていたことを前提として、特定の保険契約を推奨するような根拠等に基づく場合などには、結果として、恣意的な選別となることから、その採用の適否は慎重に判断するとともに、特定の事項が過度に強調されないよう表示方法等を工夫することも重要と考えます。 いずれにせよ、選択肢や表示方法が、顧客の意向確認に先立って特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導するものとなる場合には、代理店都合による恣意的な選別と評価され得ます。 なお、ヒアリングシートの設計に当たっては、顧客が商品特性や保険料水準等に関する意向を適切に表明でき、保険代理店が、これを把握できるような項目・導線等とするとともに、その内容を事後的に確認・検証できる態勢を整備することも重要です。
464.	―	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)において、「顧客が特に重視すると考えられる事項を例示する」とあるが、顧客が重視する事項には代理店として事務処理や事故対応に長けているという事項も含まれると理解してよいか。 取扱契約件数が多い保険会社の商品を扱うことで迅速かつ安定的な提供が可能であることも事実であり、取扱契約件数の少ない保険会社の商品については、自信をもって販売できないのが実態である。	
465.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客が特に重視すると考えられる事項を例示する際、保	顧客が特に重視すると考えられる事項を例示する際に、保険募

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		険募集人個人の主観や想像力に依存するのではなく、保険代理店として一定の客観的な選定基準(フローチャート等)を策定し、組織的に運用することを正当な業務プロセスとして認めることを明文化又は解釈として容認することを求める。 改正案では「顧客が重視する事項を例示」することが求められているが、これを個々の保険募集人の「想像力」に委ねた場合、担当者の価値観によって判断が分かれ、結果として「抽象的で不透明な説明」や「属人的な恣意性」を招くリスクがある。保険代理店が顧客のライフステージやニーズに応じた「標準的な推奨ロジック(フローチャート等)」をあらかじめ策定し、それに沿って意向を確認することは、保険業法第300条第1項第1号および第6号が禁じる「恣意的な誘導」を排除し、どの保険募集人が対応しても均質な「顧客本位の業務運営」を実現するために極めて有効である。組織的な基準策定が「恣意性」とみなされるのではなく、適正なプロセスであるという指針を明確にすべきである。	集人ごとの属人的・恣意的な対応を防止するため、乗合代理店として、顧客属性、ライフステージ、リスク特性、取扱商品等を踏まえた確認項目や募集フロー、フローチャート等を社内規則等に定め、組織的に運用することは望ましい対応の1つと考えられます。ただし、当該フローチャート等は、顧客の意向を適切に把握・確認するためのものであり、顧客の意向に先立って特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。 また、フローチャート等を用いる場合であっても、各保険募集人においては、形式的・画一的なヒアリングにとどまらず、顧客の具体的な意向、理解度、属性、リスク状況等を踏まえ、必要に応じて追加確認を行うなど適切に意向把握をする必要があります。その上で、具体的な意向に沿って比較推奨販売を行う場合、Ⅱ－4－2－9(5)①に照らし、比較事項や提示・推奨する基準や理由等を適切に説明する必要があります。 各代理店においては、当該フロー等の内容、運用状況、記録・検証方法、保険募集人への教育・管理・指導を整備し、恣意的な商品選別とならないよう留意することが重要です。
466.	－	意向把握の方法について、書面・WEB・電子メール等非対面でフローチャート形式やアンケート形式で顧客に回答してもらう方法も認められるとの理解でよいか。	ご意見にあるケースについては、個別具体的に判断すべき事項であり一概に回答することは困難です。
467.	Ⅱ－4－2－9(5)	「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等」について、保険会社から提供された商品の特長(機能、保障等)を基に乗合代理店が定めるものも含まれるという理解で相違ないか。	保険会社から提供された商品の特徴、機能、保障(補償)内容、特約、保険料水準等を基に、乗合代理店が、実際に把握した顧客の意向との関係で、提示・推奨の基準や理由等を判断すること自体は否定されません。ただし、当該基準や理由等は、当該顧客の

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			意向に沿ったものであり、合理的かつ一定の具体性を有する必要があります。 　また、保険会社から提供された資料等を用いる場合であっても、特定の保険契約への恣意的な誘導とならないよう、顧客の意向との関係で分かりやすく提示・推奨理由等を説明する必要があります。なお、手数料水準、販売目標、便宜供与、保険会社との取引関係等、代理店側の事情を理由として特定の保険契約を提示・推奨することは適切ではありません。
468.	Ⅱ－4－2－9(5)	「顧客の意向把握」や「顧客の意向に基づき乗合代理店として推奨する商品の絞り込み」を目的にシステム開発をすることが想定されるが、単なる意向把握だけでなく、「特定の保険会社や特定の保険契約を推奨する機能」までシステムが対応する場合、システムが保険会社・保険契約を絞り込むロジックと乗合代理店が定める社内規則(提示・推奨する基準や理由等)の間には整合性が必要であると考える。そのため、乗合代理店が定める社内規則において、「顧客の意向を確認し、当社のシステムにより絞り込まれた保険契約を推奨する」といった方針を定めることのみでは不十分との理解でよいか。	貴見のとおりです。 　システムにより特定の保険会社又は特定の保険契約を絞り込み・推奨する場合であっても、乗合代理店は、Ⅱ－4－2－9(5)①に基づき、顧客の意向に沿った合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等により提示・推奨する必要があります。 　したがって、社内規則等に「当社システムにより絞り込まれた保険契約を推奨する」と定めるだけでは足りず、当該システムの推奨する保険契約の選定ロジック、選定に使用されるデータ、比較推奨販売の対象商品の範囲、推奨基準や理由等が、社内規則等に定める提示・推奨基準と整合しているか等を確認・検証し、かつ、顧客に説明可能である必要があります。 　また、手数料水準、販売実績、便宜供与等の代理店の都合により特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導するものとならないよう、システムの構築・運用状況を確認・検証できる態勢を整備することが重要です。
469.	－	現在、損害保険会社と乗合代理店は委託契約書を締結し、保険会社としては乗合代理店に権限を付与していると	取扱保険契約の範囲は、原則として、所属保険会社等との代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		考えている。乗合代理店は自代理店が委託契約書を締結した保険会社の商品を顧客に正確に案内することが役割の1つとなっている。 今回の改正で、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが廃止されることになるが、委託契約書の中で、保険会社ごとに販売する保険契約を制限し、1社のみを顧客に案内することは可能か。 例えば、 A保険会社は自動車、自動車損害賠償責任保険、傷害保険 B保険会社は自動車、自動車損害賠償責任保険、火災保険 など、販売する保険契約を1社のみ選択することで、推奨する保険会社を1社に絞ることが可能か伺いたい。	うこととされている保険契約を前提に判断されます。 したがって、保険会社ごとに取扱商品・保険種類の範囲が委託契約又は覚書等で明確に限定され、そのうえで、顧客の意向に照らして、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在しない場合には、比較推奨販売は求められないものと考えられます。 一方で、乗合代理店の内部判断のみで取扱範囲を限定するなど、比較推奨販売規制の潜脱又は顧客の適切な商品選択の機会を阻害することのないよう留意する必要があります。 また、顧客に対しては、権限明示を含め、当該代理店が取り扱う保険会社・保険契約の範囲について誤認を与えないよう、適切に対応する必要があると考えます。
470.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向を把握するための項目選定は代理店の判断で設定して問題ないか。	顧客の意向を把握するための項目は、Ⅱ－4－2－2(3)を踏まえつつ、取扱商品、募集形態、顧客属性等に応じて、各保険代理店において創意工夫して設定することが考えられます。 ただし、意向把握・確認義務の趣旨に鑑みて、当該項目は、顧客が自らのリスクや保険のニーズを適切に認識できるよう商品特性等保険商品と直接関係する事項について設定されることが重要と考えます。また、設問・選択肢・導線等が、特定の保険会社又は特定の保険契約へ恣意的に誘導するものとならないよう留意する必要があります。 なお、乗合代理店においては、意向を把握するための項目、確認方法、記録・検証方法等を社内規則等に定め、保険募集人に対し、教育・管理・指導を行うとともに、保険募集人ごとに属人的・恣意的な運用とならないよう確認・検証を行うことが重要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
471.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)に「顧客の意向に沿って保険契約を選別」と記載されているが、顧客の意向や考え方は多様なため、顧客が重視する事項を含め、これらを事前に完全に想定した上で乗合代理店内で統一的な基準を定めることは困難であると考える。そのため、顧客の意向及び顧客が重視する事項が全く同じ場合であっても、乗合代理店内の保険募集人によって、選別し、提示・推奨する保険契約が異なる結果となり得ると考えられるが問題ないか。	顧客の意向、重視する事項、属性やリスク許容度は多様であるため、案件ごとに提示・推奨される保険契約が異なること自体は、一律に否定されるものではありません。 ただし、乗合代理店においては、提示・推奨する基準や理由等について社内規則等に定め、当該枠組みに基づき運用する必要があります。社内規則等に関して、顧客が重視する事項を完全に想定することまで一律に求めるものではなく、保険募集人ごとに恣意的な運用とならないよう、例えば、顧客意向の把握方法、顧客が重視する事項の確認方法、顧客への説明方法、記録・検証方法などを組織的に適切に定めたうえで、各店舗又は各保険募集人に対し教育・管理・指導を徹底することが重要であると考えます。 したがって、顧客の意向、属性、重視する事項、比較対象となる商品内容等が実質的に同一であるにもかかわらず、保険募集人ごとの属人的・恣意的な判断により異なる保険契約を提示・推奨することは適切ではありません。 一方で、同じように見える顧客意向であっても、既加入契約、健康状態、リスク状況、保険料負担能力等に関する希望等の個別事情が異なる場合には、社内規則等に基づく同一の判断枠組みの下で、異なる保険契約が提示・推奨されることはあり得ます。 その場合でも、顧客の意向に沿った合理的かつ一定の具体性を有する理由を説明し、事後的に確認・検証できる態勢を整備することが重要です。
472.	－	乗合代理店における適切な比較推奨販売を確保するための具体的な保険募集実務に関しては、乗合代理店の創意工夫等によって多様な方法が検討されるところ、例えば、	顧客の意向、商品特性、募集形態等により個別具体的かつ実質的に判断する必要がありますが、ご指摘のようなプロセスも、関係法令及び監督指針に基づいて行われている限り、直ちに否定さ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		以下のようなプロセスを経ることも考えられるがどうか。 1.保険会社選択に係る意向の把握 顧客が保険加入の際に重視する項目(補償範囲、保険商品の付帯サービス、保険料水準、事故対応に関するサービス等)に関する意向を把握する。 2.情報提供 取扱保険会社各社の商品の中から、顧客の意向に沿って選別したうえで、顧客意向を適宜深掘しながら、ニーズに応じた保険契約の主要な特徴を説明する又は保険契約の主要な特徴(補償内容、付帯サービスの内容、保険会社の事故拠点数等)を簡潔に記載した一覧表を提示し、顧客の関心事項を確認しながら説明を行う。また、この段階では、顧客が望まない場合は、保険約款の詳細な差異や一覧に記載したすべての保険契約の試算までは行わない。 3.商品の推奨 顧客から乗合代理店による保険契約の推奨を求められた場合、あるいは乗合代理店が推奨を行う場合、上記1.2.で把握又は確認した顧客の意向や関心事項をもとに各保険会社の商品特性やサービス等の利便性を基準や根拠として、特定の保険契約を推奨し、顧客がそれらの中から選択した保険契約の見積書を作成・提示する(結果として1社の提示となるケースを含む。)。	れるものではありません。 一般論として、比較推奨販売においては、まず顧客が重視する事項を丁寧かつ明確に確認することが重要です。 その上で、顧客の理解に資する範囲で、保障(補償)内容、保険料水準等の主要な特徴を一覧表等により、適切かつ正確に説明することは考えられます。なお、全ての場合に、約款の詳細な差異や全商品の試算を一律に求めるものではありません。 また、特定の保険契約を提示・推奨する場合には、顧客の意向との関係で、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必要があります。結果として、一の保険契約のみを提示・推奨することもあり得ますが、手数料水準、販売目標、便宜供与等の代理店の都合による恣意的な選別・誘導とならないよう留意する必要があります。
473.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①A.(c)について、重要情報シートを「自らが勧める保険契約の優位性の根拠」として説明に用いることは問題ないか。	個別具体的に判断されますが、一般論として、保険会社の承認を受けた商品特性を端的にまとめた資料を用いて、勧める保険契約の特徴や優位性の根拠を説明すること自体は否定されるもの

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		例えば、保険会社から承認を受けた「商品特性を端的にまとめた資料」を用いて「自らが勧める保険契約の優位性の根拠」を説明することは差し支えないか。	ではありません。 ただし、当該資料を用いる場合であっても、乗合代理店においては、顧客の意向に照らして、比較対象となる保険契約との相違点を整理し、保障(補償)内容、保険料水準、特約、留意点等を、誤解を与えないよう分かりやすく説明するなど、Ⅱ－4－2－9(5)①A.及びⅡ－4－2－2(9)②に基づいて適切に顧客に説明する必要があります。 また、特定の保険契約の優位性のみを強調し、他の保険契約との重要な相違点や不利益となり得る事項を説明しないなど、顧客の適切な商品選択の機会を阻害するような使用は適切ではありません。
474.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向に沿って推奨販売を行うにあたり、取引する生命保険会社を最大限網羅している有償の生命保険商品比較システム(同システムに各社が情報提供している)を活用して比較推奨販売を行う場合、保険会社の事情で同システムに情報提供していない保険契約があるが、比較推奨販売を行う際に情報提供していない保険会社を顧客に提示する保険契約から除いてもよいか。	乗合代理店が、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により取り扱うこととされている保険契約の中に「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在する場合には、比較システムへの掲載の有無のみを理由として、当該保険契約を比較推奨販売の対象から除外することは適切ではありません。 したがって、比較システムに掲載されていない保険契約であっても、当該乗合代理店が取り扱うことができ、顧客の意向に照らして比較可能な同種の保険契約に該当する場合には、保険会社からの資料提供、商品資料、照会対応等を通じて必要な情報を確認し、顧客の意向に沿って適切に選別し、提示・推奨する必要があります。 なお、比較システムを利用する場合には、Ⅱ－4－2－9(5)①A.及びⅡ－4－2－2(9)②に基づいて、当該システムに掲載されている商品範囲や掲載基準について、顧客に誤認を与えないよう留意

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			することが重要です。
475.	Ⅱ－4－2－9(5)	次のようなケースでは選択の余地がなく保険契約を提示・推奨することになると考えられるが問題ないか。その場合に「顧客の求めに応じて」行う「当該提示・推奨する基準や理由等」については、選択の余地がない理由を説明することでよいか。 郵送募集を主体とする代理店において、郵送募集が可能な生命保険契約が限られるため、特定の保険会社の特定の保険契約を提示・推奨する。 なお、別の保険会社の保険契約の提示を求める等の顧客意向が示された場合は、当然にそれら保険契約の概要又は契約内容の説明することを前提とする。	顧客の求めがあるか否かを問わず、特定の保険契約を提示・推奨する場合には、顧客の意向に沿った保険契約の絞り込みと対応関係にある基準や理由等について説明する必要があります。 貴見のケースが必ずしも明確ではございませんが、恣意的な保険契約の提示・推奨とならないよう、顧客の意向を適切に判断したうえで、意向に沿った保険契約を選別し、提示・推奨できるよう体制を整備する必要があると考えます。
476.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向把握のプロセスについて、下記1.から5.の流れで行うことが考えられる。 1.当初意向の把握 2.説明を受ける商品を絞り込むかの確認 3.特に重視する意向の把握 4.商品特性等により、代理店が特定の保険契約を推奨する場合の取扱い 5.個別商品の説明・申込 上記4.について、上記のように監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)第一段落でいう顧客の意向に沿って保険契約を選別した上で、さらに同第二段落(「特に」以下)、商品特性等により、乗合代理店が特定の保険契約を推奨する場合、推奨する基準や理由等について、顧客の最善の利益を勘案	ご意見にあるプロセスは、顧客の意向把握及び推奨販売の一例としてあり得るものと考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		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説明を行うと共に、推奨する特定の保険契約以外の保険契約もある旨及び顧客の求めに応じて、それらの保険契約の概要又は契約内容を説明する旨を説明することが考えられる、という理解でよいか。	
477.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店が、保険契約を締結していない顧客に対して、提案を希望する保険会社をフラットに質問して、顧客の回答に沿って提案する保険契約を選別することは、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)第1段落に定める「顧客の意向に沿って保険契約を選別」することになるという理解でよいか。	個別具体的に判断すべき事項であり一概に回答することは困難ですが、一般論として、乗合代理店が未契約の顧客に対し、顧客が提案を希望する保険会社について、恣意性を排除して確認し、顧客が自ら選択した保険契約を提示することは、顧客の意向に沿った選別に該当し得ます。 ただし、顧客の意向を確認する際、顧客が自らのリスクや保険ニーズを適切に認識し、意向を表明できるようにする必要があり、商品特性や保険料水準といった保険商品に関する事項を含めることが重要と考えます。 なお、保険会社名の提示方法、表示順、選択肢、説明内容等により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導するものとなっていないか留意する必要があります。また、顧客が保険会社名ではなく、補償内容、保険料水準、事故対応、付帯サービス等を重視する意向を示した場合には、当該意向に沿って適切に選別し、提示・推奨する必要があります。 いずれの場合も、顧客の意向、選別理由及び説明内容を事後的に確認・検証できる態勢を整備することも重要です。
478.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)に記載されている「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	貴見において想定されている場面が必ずしも明確ではありませんが、特定の保険契約を提示・推奨する場合には、Ⅱ－4－2－

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		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しているか」を踏まえ、乗合代理店の社内ルールに募集ルール基準を明文化し、場合によっては顧客に署名をもらうことも検討した上で募集活動を行う必要があるという理解でよいか。 　また、今後、保険会社の不祥事が発生した場合などにおいて、募集ルール基準の変更を行う際は、乗合代理店におけるルール変更として都度変更・整備を行うという理解でよいか。	9(5)①B.(a)に基づき、顧客の意向に沿って、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必要があります。 　また、乗合代理店においては、同(5)②ア.に基づき、代理店自身の規模や業務特性を踏まえつつ、提示・推奨する基準や理由等について、社内規則等に定め、保険募集人ごとに恣意的・属人的な運用とならないよう管理することも重要です。 　なお、社内規則等を定める場合も、あらかじめ特定保険会社を推奨するための方針ではなく、顧客意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨を行うための判断の枠組み、記録・検証態勢等を定めた上で、保険募集人への教育・管理・指導を徹底することが重要であると考えます。
479.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店において顧客が特に重視する事項を丁寧かつ明確に確認した際、例えば、「事故発生時に迅速な対応をしてくれる保険会社」といった意向が示された場合、保険募集人の経験による主観で推奨することは保険業法第300条第1項第6号(監督指針Ⅱ－4－2－2(9))に抵触するため不可と考えるがこの認識に相違ないか。	個別具体的に判断されますが、保険募集人の経験や主観を根拠として、特定の保険会社又は特定の保険契約を推奨することは適切ではありません。 　特に、客観的根拠なく、他社より優良であるかのように説明する場合や、顧客に誤認を与える態様で説明する場合には、保険業法第300条第1項第1号又は第6号に抵触するおそれがあります。 　なお、顧客が商品特性に直結しない事項を重視している場合においては、顧客の意向に沿った補償内容等の保険商品に関係する事項について提示・推奨する理由として情報提供をするとともに、合理性・具体性や顧客の比較判断に資する客観的事項か否かに留意して説明する場合には、推奨理由の一要素とすることまで否定されるものではありません。 　その場合でも、顧客の意向との関係で合理的かつ一定の具体性を有する説明を行い、事後的に確認・検証できる態勢を整備する

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			ことも重要です。
480.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売を適切に行うための措置として、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)②ア.において、乗合代理店は、「上記①における提示・推奨する基準や理由等について、社内規則等に規定しているか。」とされており、乗合代理店が監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.に基づき提示・推奨する理由は、顧客の意向に照らして、当該乗合代理店が社内規則等で定めるものに基づくものであり、所属保険募集人ごと各々の事情に応じた基準・理由等による提示・推奨が許容されるものではない、との理解でよいか。 一方で、同じ乗合代理店に所属する複数の保険募集人が、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)に基づき、比較推奨販売を行う場合において、顧客の意向に沿って適切に保険契約を選別した上で提示・推奨する際、必ずしも保険募集人の間で同一商品が提示・推奨されるとは限らないことが考えられるが、こうしたこともあり得るとの理解でよいか。	貴見のとおりです。 同一乗合代理店内であっても、顧客の意向、属性、既加入契約、重視する事項等が異なれば、社内規則等に基づく同一の判断枠組みを用いた結果として、保険募集人ごと又は案件ごとに提示・推奨される保険契約が異なることはあり得ると考えます。ただし、保険募集人ごとの属人的・恣意的な判断により異なる保険契約を提示・推奨することは適切ではありません。 なお、特定の保険契約を提示・推奨する基準や理由等についての社内規則等は、乗合代理店自身の規模や業務特性を踏まえつつ、保険募集人ごとに恣意的な運用とならないよう、例えば、顧客意向の把握方法、顧客が重視する事項の確認方法、提示・推奨する基準や理由、顧客への説明方法、記録・検証方法などを組織的に適切に定めたうえで、各店舗又は各保険募集人に対し教育・管理・指導を徹底することが重要であると考えます。
481.	Ⅱ－4－2－9(5)	「合理的かつ一定の具体性を有する」とは、商品特性等について「合理的かつ一定の具体性」を有している必要があると考えてよいか。例えば、「人気のある商品である」等という説明ではなく、保障(補償)内容、保険料、保障(補償)期間、付帯サービス等の点で合理的かつ一定の具体性が必要という意味と考えてよいか。	貴見のとおりです。 「合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由」とは、単に「人気商品である」や「販売実績が多い」等の抽象的な説明では足りず、顧客が重視する事項との関係で、保障(補償)内容、保障(補償)期間、特約等の商品特性や保険料水準を踏まえた合理的かつ具体的な説明であり、顧客の比較判断に資する事項である必要があります。
482.	－	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止について、確かに代理店都合による推奨保険会社の選定につい	貴重なご意見として承ります。 今般の改正は、顧客の意向に基づかず、乗合代理店があらかじ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ては問題事案が発生したものの、一方で、保険募集人個人または店舗単位で顧客本位の業務運営に即した推奨販売方針を定めていれば問題はなかったものと考えている。 例えば、損害サービスの拠点数や要員数という形だけの選定基準ではなく、保険募集人が顧客と接する中で事故対応の良い保険会社であると顧客満足を間近で感じた保険会社を推奨保険会社とする。また、保険募集人で引受が完結できない照会に対する保険会社の回答の速さは顧客満足度に繋がる。 保険募集人個人又は店舗単位(保険募集人ごとに推奨保険会社を選定し集計等)で選定基準及び選定結果を記録に残し、一定のサイクルで定期的に推奨保険会社の選定を行う社内規則を定めることで代理店都合を排除し、形式的ではない顧客の声を反映した推奨販売方針を策定できる。 上記運用により本質的な顧客本位の業務運営を実現できるものと考えるため、本運用による新たな(ニ)方式を提案する。	め定めた推奨方針により、特定の保険契約を提示・推奨するなど、顧客の意向に沿わない保険契約の提示・推奨する方式(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ)を廃止し、顧客の意向に沿った比較推奨販売を確保する趣旨のものです。 したがって、保険募集人個人又は店舗単位で、あらかじめ推奨保険会社を選定し、その方針に基づき保険契約を提示・推奨する運用は、顧客の意向に基づく選別とはいえず、適切ではありません。 また、社内規則等を定める場合も、あらかじめ特定保険会社を推奨するための方針ではなく、顧客意向に沿って保険契約を選別し、提示・推奨するための判断の枠組み、記録・検証態勢等を定めた上で、保険募集人への教育・管理・指導を徹底することも重要であると考えます。 なお、特定の保険契約を提示・推奨する場合、保険会社からの便宜供与、資本・取引関係など代理店側の都合に基づく事項を基準や理由等とすることは、不適切と考えます。
483.	ー	過度な便宜供与や利益相反は、顧客に不利益を与えるため本来あってはならないものであることから、法令の厳格化は必要と考えているものの、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハは、顧客の確認・了承を得たうえで実施しているものであるため、存置しても良いと考える。	貴重なご意見として承ります。
484.	ー	顧客の意向に沿った保険契約の推奨を行う際に、顧客から示された意向及び顧客への推奨理由について記録を残したとしても、顧客と保険募集人とでは知識の差があるこ	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売においては、保険募集人の恣意的な判断により特定の保険契約への誘導や提示・推奨することがないよう、社内規

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		とから、比較する内容・商品の特性等の説明を行ったとしても代理店有利となってしまい、保険募集人単位で、認識にばらつきが生じてしまうのではないか。ある程度顧客へ宣言した上で商品説明を行う保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハは残した方がよいのではないか。	則等において提示・推奨の基準や理由等について定め、当該枠組みに基づき運用することが重要です。 一方で、顧客の意向、属性、既加入契約、重視する事項等が異なれば、同一の判断枠組みに基づいても、保険募集人又は案件ごとに提示・推奨される保険契約が異なることはあり得ると考えられます。 その場合でも、Ⅱ－4－2－9(5)①に基づき、合理的かつ一定の具体性を有する提示・推奨する基準や理由等を、顧客に分かりやすく説明するとともに、事後的に比較推奨販売の適切性を確認・検証できる態勢を整備する必要があります。 なお、顧客にあらかじめ推奨方針を説明したとしても、顧客意向に基づかず代理店の都合で保険契約を絞り込む運用は、今般の改正の趣旨に照らし適切ではありません。
485.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客のことを第一に考えると比較説明の保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イ(以下、イ方式とする。)がベストだと思うが、実際に保険募集を行っている立場からすると、多くの顧客は取扱保険契約すべての説明を求めていないように感じる。 現在、同号ハ(以下、ハ方式とする。)を採用している当社からすれば、イ方式に変更することで保険募集に要する時間が推奨販売よりも格段に増加することになり、顧客、乗合代理店双方にとって合理的な募集形態ではないように感じる。 推奨販売であっても取扱保険契約すべての説明、保険料の試算を求める顧客もいるため、推奨商品を受け入れるか	貴重なご意見として承ります。 今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店の都合や、あらかじめ定めた推奨方針による商品選別ではなく、顧客の意向に沿った保険契約の選別・提案を適切に行い、顧客の適切な商品選択の機会を確保することを明確化するものです。 一方で、全ての案件について、全取扱保険契約を網羅的に説明・試算することや、比較説明のみの方法に限定することを一律に求めるものではありません。顧客の意向、商品特性、募集形態、代理店の規模・業務特性等を踏まえ、顧客の理解に資する実効的な対応を行うことが重要です。 金融庁としては、乗合代理店において、顧客の適切な商品選択

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		否かは顧客次第であるため、ハ方式の問題点を是正して復活させることを検討いただきたい。 ハ方式を悪と考えて廃止するのであれば、推奨販売を禁止して、比較説明のイ方式のみにするという考えもあると思う。 乗合代理店は、多くの顧客のニーズに応えるために取扱保険契約を増やしてきたため、乗り合っていることが乗合代理店だけでなく顧客にとっても負担にならないよう、制度構築していただきたい。	の機会を確保しつつ、形式的・過度な負担に偏ることなく、顧客本位の業務運営が実質的に確保されるよう、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。
486.	―	大手損保会社の保険契約には、特約、金額も含めてほとんど差がないため、そもそも比較する必要があるのかと考えている。 募集フローの煩雑化により顧客と乗合代理店の時間と労力だけが増えており、顧客もそこまで求めているのか疑問である。	貴重なご意見として承ります。
487.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客が複数の乗合代理店で保険加入の検討を行う場合、乗合代理店ごとに推奨する保険契約が異なる場合、顧客はどの保険契約を選ぶべきか混乱してしまうことが想定される。 このような事態を防ぐため、各保険会社の商品特性など公平性の観点から公共機関(第三者機関)による選定システム又は基準等が必要ではないか。判断基準の統一性がないと乗合代理店によって選定基準の偏りがでることを懸念している。	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売において、顧客の意向、顧客属性、リスク許容度、商品内容等を踏まえた結果として、乗合代理店ごとに提示・推奨する保険会社や保険契約が異なること自体が、直ちに不適切となるものではありません。 一方で、提示・推奨理由が乗合代理店ごとに恣意的・属人的なものとなり、手数料水準、販売実績、便宜供与等の乗合代理店の都合により特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。 そのため、乗合代理店においては、社内規則等において提示・

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			推奨する基準や理由等について定め、顧客の意向に沿って合理的かつ一定の具体性を有する説明を行うとともに、事後的に検証できる態勢を整備することが重要です。 いずれにしても、顧客に分かりやすく比較可能な情報提供が行われるよう、各保険会社及び乗合代理店において適切な取組みが求められます。
488.	―	対面で丁寧に説明しようとする乗合代理店ほど工数が増え、意向把握がシステム化されているネット完結型乗合代理店との間で不公平な競争条件(イコールフィッティング)が生じる懸念があると考える。	貴重なご意見として承ります。
489.	―	顧客の中には、短時間で簡潔な説明を希望される方も多いため、比較推奨に係る対応が長時間とならないよう、顧客の希望に応じた柔軟な対応を可能とする運用が必要と考える。 また、契約を希望する保険会社を決めている顧客に対して、保険代理店による比較推奨の対応が負担とならないよう配慮をお願いしたい。	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売においては、全ての顧客に対し、画一的・長時間の説明や網羅的な比較説明を一律に求めるものではありません。 顧客の意向、理解度、商品特性等を踏まえ、顧客の理解に資する範囲で、分かりやすく実効的に説明することが重要です。 また、顧客の主体的な判断のみで特定の保険契約を自ら選択し、保険募集人による保険契約の選別・提案を実質的に伴わないと認められるときは、直ちに保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 なお、その場合であっても、意向把握・確認、重要事項説明、権限明示等、保険募集に係る法令上必要な対応は適切に行う必要があります。
490.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険募集人に対する教育や実務工数の増加など、比較推奨への対応負担が大きくなった場合には、取扱保険会社数	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売の対象となる保険契約は、代理店委託契約又はこ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		の見直しも検討せざるを得ないと考える。一方で、既契約がある顧客に不利益が生じないように配慮する必要があるため、これまでの保険会社数を取り扱う保険募集人(募集拠点)と、限定した保険会社数を取り扱う保険募集人(募集拠点)を分けて運用することが可能となるなど、柔軟な制度設計・運用が認められることが実務の実態や顧客利益の観点から有用であると考える。	れに基づく覚書等により、当該代理店が取り扱うこととされている保険契約を前提に判断されます。 したがって、取扱範囲を限定する場合には、代理店の内部判断のみではなく、所属保険会社等との間で、対象となる保険契約、保険種類、既契約対応の範囲等を代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により明確にし、実効的に管理する必要があります。 一方で、当該限定が、比較推奨販売規制の潜脱や、保険会社からの便宜供与等の見返りとして、顧客に対して特定の保険会社の保険契約を優先的に取り扱うといった運用の実質的存続、顧客の適切な商品選択の機会を阻害するものと評価され得る場合には問題となり得ます。 なお、顧客に対しては、権限明示を適切に行うとともに、顧客の誤認防止の観点から、取り扱う保険会社・保険契約の範囲について誤認を与えないよう、適切に対応する必要があります。
491.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)の「保険募集人や乗合代理店の都合によることなく」並びに(注1)の「乗合代理店の都合」を削除すべきである。 「都合」という言葉が曖昧であり、一切の都合を認めないのは、言い換えれば、一切の権利が認められないこと、ととれるが、乗合代理店のみが、そのような差別的な扱いをされる法的根拠がない。	貴重なご意見として承ります。 Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)及び(注1)における「保険募集人や乗合代理店の都合」とは、手数料水準、販売目標、便宜供与、保険会社との取引関係等、代理店の都合を理由として、特定の保険契約を選別し、提示・推奨することを防止する趣旨です。 今般の改正は、顧客の意向に基づかない保険契約の選別を前提とする保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの削除を踏まえ、顧客の意向に沿った適切な比較推奨販売を確保する観点から行うものであり、比較推奨販売においては、顧客の意向に沿った合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を提示・推奨することが重要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
492.	―	比較推奨に偏重すると顧客の精神的・時間的負担が増え、場合によっては不快な思いをする顧客もいる。 現在、保険商品は各損保で大きな差異はなく、似通った商品を扱っており、顧客の中には金銭ではなく担当している販売員への信頼で商品を選んでいる方も多数いると考えている。顧客本位の観点から顧客が希望するような柔軟な対応が必要と考える。	貴重なご意見として承ります。
493.	Ⅱ－4－2－9(5)	現在の比較推奨販売においては、顧客の意向把握が義務付けられているが、初期段階での過度な個人情報の取得は、顧客の心理的ハードルを高め、広範な比較機会を奪っている側面がある。そこで、以下の仕組みを導入する乗合代理店やプラットフォームに対し、適切な比較推奨プロセスとして認めるべきであると考える。 1. プライバシーに配慮したデータ入力： 氏名・住所等の個人を特定する情報を入力せず、家族構成、使用目的、ライフプラン等の「属性・ニーズデータ」のみをAIに入力する形式。 2. AIによる客観的スクリーニング： 乗合代理店が取り扱う全保険契約の中から、手数料の多寡によらず、入力データに基づき機械的に適合性の高い保険契約を抽出する。 3. 透明性の確保： 「なぜその保険契約が選ばれたのか」という選定ロジック(例：保険料重視、保障範囲重視等)をAIが明示し、顧客が自身の属性と照らし合わせて納得できる仕組みを設け	貴重なご意見として承ります。 なお、保険募集人が、保険募集を行うにあたり、AIを活用すること自体は一律には否定されませんが、AIの課題や特性等を踏まえたうえで態勢を整備するなど、当該募集人にAIを活用して行う保険募集に関する責任があることに留意する必要があると考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		る。	
494.	Ⅱ－4－2－9(5)	ノンフリート自動車保険、火災保険、傷害保険といった定型商品については、実質的な商品差が限定的であるのが実態である。その中で、複数社の保険契約を横断的に比較し、顧客意向を把握したうえで、合理的かつ具体的な理由をもって推奨することを、すべての乗合代理店及び保険募集人に一律に求めることは非現実的と考える。	貴重なご意見として承ります。
495.	－	現行の生命保険及び損害保険の手数料体系や委託基準によって比較推奨販売の実践が不利に働く構造について、制度的な整理と改善が必要である。 各保険会社の料率改定や商品改定の影響により、保険契約が特定の会社に偏る、あるいは分散する傾向が生じる。その結果、損害保険分野においては代理店全体の手数料収入が減少するケースが見られる。また、生命保険分野では、年間契約件数等を基準とする委託基準が存在し、比較推奨を適切に行った結果、基準未達となり、委託解除等の不利益が乗合代理店に生じる制度構造がある。 金融庁が比較推奨販売を制度として求める一方で、手数料体系や委託基準がその実践を阻害する要因となっている点について、どのように認識しているか。 また、比較推奨を行った結果として生じる乗合代理店への不利益が、制度の趣旨と整合しているのかについても、検証が必要ではないかと考える。比較推奨を真摯に実践する乗合代理店ほど経営上の不利益を被る構造は、制度の実効性を損ない、結果として顧客本位の業務運営を形骸化さ	貴重なご意見として承ります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		せるおそれがある。	
496.	Ⅱ－4－2－9(5)	手数料ポイント制度が、比較推奨販売の判断に過度な影響を及ぼしている現状について、制度趣旨との整合性を確認・検証する必要がある。 比較推奨は、本来、商品性・サービス・品質等が類似する商品を一定の基準で比較することで成立するものである。しかし現場では、品質等に大きな差がないにもかかわらず、保険会社ごとに評価基準が異なる手数料ポイント制度が存在し、商品提案の判断に影響を与えている実態がある。 このような状況は、販売現場において恣意的な商品提案を誘発し、結果として保険販売の歪みや、適切な業務品質の確保を困難にするおそれがある。 比較推奨販売を実効性あるものにするためにも、手数料ポイント制度のあり方についても、保険代理店と保険会社間での定期的かつ必要に応じて確認・検証がなされているかを、当局として注視して頂きたい。 手数料評価制度が比較推奨の判断を左右する状況が続けば、制度の本来目的である顧客本位の業務運営が損なわれるおそれがある。	貴重なご意見として承ります。
497.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の意向把握に当たっては、「業界統一の保険種目別意向把握シート(仮称)」を作成し、共通の基準で対応する方式を要望する。	
498.	－	法人契約においては、本社が推奨方針・推奨保険会社を定めているケース、事業所が契約主体となり一定の決裁権	貴見にあるケースがどのような場合を想定したものか、必ずしも明確ではないため、一概に回答することは困難です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		限を有しているケースが混在している。この点に関し、本社の意向を把握することで足りるのか、それとも契約主体である事業所ごとの意向把握まで求められるのか確認したい。 　なお、契約主体である事業所ごとの意向把握まで求められる場合、すべての事業所に対し同一水準の比較説明・意向把握を求めることは実務的に困難であるため、本社が定めた推奨方針を前提に事業所に対しては「当該方針に基づく手配で問題ないか」を確認し、その確認結果を証跡として残す、という運用をもって「事業所の意向把握」と評価されるかについて考え方を示していただきたい。	
499.	Ⅱ－4－2－9(5)	建設工事保険において工事発注者と契約者が異なる場合や賠償責任保険において施設管理者(契約者)と施設所有者が異なる場合、工事発注者や施設所有者の意向に沿って保険契約を選別し提示・推奨することは、その旨を提示・推奨する基準や理由等として説明することで、「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している」との理解でよいか。	貴見のようなケースにおいて、工事発注者や施設所有者が被保険者に該当するか否か等必ずしも明確ではないため回答することが困難ですが、一般論として、顧客の意向把握・確認義務の「顧客」とは、保険契約者、また、場合によって被保険者を指し得ると考えられます。 　顧客の意向把握を行うに当たっては、顧客が抱えるリスク等を把握し、その上で、特定の保険契約を提示・推奨する場合には、当該保険契約が顧客の意向にどのように沿うのかについて、合理的かつ一定の具体性をもって説明する必要があります。 　なお、手数料水準、販売目標、便宜供与、保険会社との取引関係等の代理店の都合により特定の保険契約へ誘導することは適切ではないため留意が必要です。
500.	Ⅱ－4－2－9(5)	入札保証保険、履行保証保険、公共工事履行保証保険等においては、銀行融資と同様、各保険会社から事前審査に	「二以上の比較可能な同種の保険契約」の考え方については、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		よる「与信枠(引受限度額)」の設定が必要であるのと同時に、保険商品としての各社の差異はない。乗合代理店は顧客企業の入札及び履行保証保険の加入依頼に際し、与信枠の残額等を照らし合わせて、特定の保険会社の保険契約を推奨しているため、比較推奨販売から除外しても問題ないと考えるが如何か。	案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.74～77のとおり、保険募集人等が顧客の意向の把握過程において把握しようとする顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、個別具体的かつ実質的に判断されるべきものです。 最終的には、顧客の具体的な意向、保険契約の対象となるリスクの種類及び保険給付の内容、保険契約の特性・類型等を踏まえつつ、実質的に判断されるべきものと考えられます。 なお、比較推奨販売においては、手数料水準、規模・増収率、販売目標、便宜供与、事務手続・経営方針上の理由等の代理店の都合を理由として、顧客の意向に沿わない特定の保険商品・保険会社へ誘導することは適切ではありません。
501.	Ⅱ－4－2－9(5)	「比較可能な同種の保険契約」は、顧客のニーズがどの程度具体的なのか等によって、必ずしも一律ではないと考えられる。かなり具体的なニーズであれば、推奨販売により提示する保険契約も1～2個に限定され、保険募集人と顧客の負担も減るため、極力細部のニーズ把握に注力することが望ましいと考えられるがどうか。なお、効率重視でニーズが歪められ過ぎることは問題であると認識している。	貴見における顧客のニーズの内容は多種多様であるため一律に整理することは困難ですが、一般論として、「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当するかは、顧客の具体的な意向、保険契約の対象となるリスクの種類及び保険給付の内容、保険契約の特性・類型等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断されます。 したがって、顧客の意向が具体的に把握された結果、比較・選別対象となる保険契約が限定されることはあり得ます。そのため、顧客のニーズを適切かつ十分に把握することは否定されるものではありません。 一方で、保険募集人が、比較・選別対象を狭める目的で顧客のニーズを恣意的に誘導し、特定の保険契約へ導くことは適切ではありません。
502.	Ⅱ－4－2－9(5)	法人向け自動車保険における基本補償(対人賠償、対物	比較推奨販売においては、全ての案件について、全ての商品項

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		賠償、人身傷害、車両保険)については、保険会社間で補償範囲や水準に大きな差異がないケースが多く、補償内容そのものを軸とした比較推奨は、実務上必ずしも実効性が高いとは言い難いと考えている。 　他方、法人顧客においては、事故発生時の事業継続性や車両稼働への影響が極めて重要であり、以下のような項目については、比較推奨が有効かつ合理的に機能すると考えている。 ・保険料(事業コストへの影響が明確であること) ・ロードサービスの内容(商用車の稼働停止リスクへの対応) ・代車特約の有無及び内容(業務継続性への影響) 　このため、基本補償については各社で大きな差異がない旨を顧客に説明した上で共通性を理解いただき、上記のような項目に限定して比較推奨を行う運用を認めていただくことが、実務上合理的であると考える。 　このような運用により、 ・顧客にとって理解・納得しやすい説明が可能となること ・保険募集人による対応のばらつきを抑え、現場で一貫した運用が可能となること ・比較推奨販売の実効性を確保できること 　が期待できる。 　法人向け自動車保険の特性を踏まえた上で、比較推奨の対象項目や運用の柔軟性についてご検討いただきたい。	目を網羅的・画一的に比較することを一律に求めるものではなく、顧客の意向、商品特性等を踏まえ、顧客の判断に資する事項を分かりやすく説明することが重要です。 　ただし、基本補償の差異が小さいことを理由として、顧客の意向に関係する他の重要な事項を比較対象から除外することは適切ではなく、ご指摘のようなケースでも、顧客が重視する事項に照らし、補償内容等の商品特性、保険料水準といった保険商品に直接関係する事項等、顧客の比較判断に資する事項を分かりやすく説明することが重要です。 　なお、手数料水準、販売目標、便宜供与等の代理店の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは認められないため留意が必要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
503.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店と顧客双方に負担をかけない比較推奨販売を実現する観点からは、乗合の対象となる各損害保険会社の自動車保険の内容や保険料水準を簡単に比較できるようなシステムを日本損害保険協会ないし各損害保険会社にて構築し、これを乗合代理店とネットワークでつなぐべきであると考える。そうしたシステムの構築を金融庁から日本損害保険協会ないし各損害保険会社に指導すべきと考えるがどうか。	貴重なご意見として承ります。 金融庁として、特定の共通システムの構築や利用を日本損害保険協会又は各損害保険会社に一律に求めるものではありませんが、乗合代理店において、比較推奨販売に係る実務負担を軽減し、顧客に分かりやすい情報提供を行う観点から、複数保険会社の商品内容や保険料水準を効率的に比較できる仕組みを導入することは、有用な取組みの一つと考えられます。 いずれにしても、各保険会社及び乗合代理店においては、取扱保険契約、募集形態、顧客の意向、情報管理・システム安全性等を踏まえ、比較推奨販売が適切な方法で行われるよう、規模や業務特性を踏まえつつ、実効的な態勢整備を行うことが重要です。 なお、業界団体等においても、比較推奨販売の適切性確保に向けて取組みが進められることは有意義であり、金融庁としても、引き続きその動向を注視してまいります。
504.	－	企業リスクマネジメントの結果として保険手配を行う際、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.だけでは、対応に問題が生じるケースが発生する。 企業のリスクは業態に応じて様々であり、リスク回避の手段として提供する保険は、そのリスクに精通した保険会社と緻密に設計したオーダーメイド的な要素が強い。また、保険以外に提供するサービスとの微妙な住み分けは、特定の保険会社とのみ実現させることができる。 企業リスクマネジメントを本業とする乗合代理店は、保険会社及び推奨商品の観点として、中長期的に安定した引受が可能か、ロス安定のための協力が得られるか等を重視	「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当するかは、顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、対象リスク、保障(補償)内容、商品特性、引受条件、契約類型等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断されるものです。 企業リスクマネジメントに基づく保険手配において、顧客の意向、業態・リスク特性、必要な保障(補償)等を踏まえた結果、実質的に比較可能な同種の保険契約が一つに限られる場合には、二以上の比較可能な同種契約を前提とする比較推奨販売には該当しない場合もあり得ると考えられます。 一方で、乗合代理店が二以上の比較可能な同種の保険契約の中から、顧客の意向に沿って特定の保険契約を選別し、提示・推奨

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		する必要があり、個人顧客の一般的な関心事項とは異なる次元での対応が求められている。 複数保険契約の提示が困難な場合が多く、顧客と当方のそれぞれの意向について、十分に協議を行い記録にとどめるが、結局単一の保険契約を推奨することになるケースが多いと思われる。このようなケースは、比較推奨販売の要件を満たしていると考えてよいか。	する場合には、Ⅱ－4－2－9(5)に基づき、当該契約を推奨する基準や理由を、合理的かつ一定の具体性をもって説明するなど適切に対応する必要があります。代理店の都合を理由とする選別・推奨は適切ではありません。 なお、顧客との協議内容、把握したリスク・意向、比較可能性の判断、単一商品を推奨する理由等について、事後的に確認・検証できるよう記録しておくことが重要です。
505.	－	顧客が保険料例の提示を求めた場合において、顧客が保険会社を選定するための参考資料として、例えば、自動車保険において、対人・対物賠償保険金額無制限、人身傷害3,000万円、車両保険付き、といった代表的な契約条件を定め、各社の補償内容を揃えた上で、車種やノンフリート等級ごとの各社の保険料水準表をあらかじめ記載した資料を手交し、保険契約の選別に活用したうえで、最終的に決定した保険契約について顧客の意向に従って当該保険会社の保険契約に各種特約を付帯する等し、最終的な保険契約を締結する手法は、比較推奨販売規制の趣旨に照らして妥当と言えるか。 なお、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、説明する必要がある	個別具体的に判断されますが、一般論として、顧客が保険料水準を重視し、又は保険料例の提示を求める場合に、代表的な契約条件を設定し、各社の保障(補償)内容を可能な限り同一又は近似の条件にした上で、保険料水準表を用いて説明すること自体は否定されるものではありません。 ただし、その場合には、当該契約条件が顧客の意向に照らして適切な前提であること、各社で保障(補償)内容・特約・免責金額等に差異がある場合には、その内容及び最終的な保険料が顧客の個別条件や付帯特約等により変動し得ることを、顧客に分かりやすく説明する必要があります。 また、当該資料を用いる場合であっても、保険料水準のみで機械的に選別するのではなく、顧客の意向に沿って、保障(補償)内容、特約等も踏まえ、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき提示・推奨する必要があります。
506.	Ⅱ－4－2－9(5)	自動車保険のように、業界全体で標準化が進み、保険会社ごとの商品性(補償内容・保険料)に大きな差がない種目において、「保険募集人が保険募集を行う際において、顧客が商品選択をするために必要な情報を合理的・具体的に	個別具体的に判断されるべき事項であり、一概にお答えすることは困難です。 一般論として、商品性に大きな差がないと考えられる場合であっても、比較推奨販売においては、顧客の意向に照らし、保険料

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		十分に説明した」と判断される基準や条件について伺いたい。	水準、保障(補償)内容、特約、免責金額等のうち、顧客の比較判断に資する事項を分かりやすく説明することが重要です。 一方で、全ての案件について、各社の保険契約の細部まで網羅的に説明することを一律に求めるものではありません。 なお、商品差が小さいことを理由として、手数料水準、販売目標、保険会社からの便宜供与等の代理店の都合により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは認められないため留意が必要です。
507.	Ⅱ－4－2－9(5)	Chat GPT(クローズ型)などAIに全取扱保険契約の情報を学習させた上で、以下のようなプロセスを経た場合、適切に保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロを実施したものと認められるか。 ・顧客の意向把握ヒアリングシートの情報も読み込ませて、最も意向にマッチする保険契約を判定 ・推奨保険契約としてその推奨理由とともに提示させ、再度顧客の意向を確認 ・再度AIに情報を読み込ませることで、最終提案	個別具体的に判断されるべき事項ですが、AI等のシステムを用いて、顧客の意向に沿った商品選別・提案を行うこと自体が直ちに否定されるものではありませんが、AIに読み込ませる顧客情報や商品情報については、個人情報保護、情報管理、最新性・正確性の確保に留意が必要です。 その上で、AIを用いる場合であっても、Ⅱ－4－2－9(5)①B.に基づき、顧客の意向を適切に把握し、当該意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等により保険契約を選別し、提示・推奨する必要があります。 また、商品選別・提案を行うにあたっては、AIが提示した推奨結果を機械的に採用するのではなく、使用データ、比較対象商品の範囲、選定ロジック、推奨理由、手数料水準・販売実績等による不適切な影響の有無について、保険代理店において確認・検証し、顧客に分かりやすく説明できる態勢を整備する必要があります。 なお、特定の保険商品を選別・提案する場面に当たるか否かに関わらず、保険募集人は、保険募集の公正を確保する観点から、

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			AIを活用して行う保険募集に関する責任が保険募集人にあることに照らし、AIの課題や特性等を踏まえ、態勢整備を構築するなど、措置を講じる必要があります。
508.	Ⅱ－4－2－9(5)	「顧客の意向」には、保障(補償)内容、保障(補償)期間、保険料等の保険契約に係る意向だけでなく、例えば、顧客が希望する保険会社に関する意向(外資・内資の別、収入保険料等の規模、健全性・格付等)も含まれると考えてよいか。	保険募集に関し、把握や確認を求める「顧客の意向」とは、保障(補償)内容、保険料水準、保険期間等の商品特性などといった意向を指していると考えます。 ただし、保険募集人が保険契約を選別し、提示・推奨する場合には、顧客が重視する意向を丁寧に確認し、提示・推奨する保険契約が顧客の適切な商品選択にどのように関係するかを合理的かつ具体的に説明する必要があります。 また、保険会社の規模や格付等のみをもって直ちに特定の保険契約を選別し、提示・推奨することや、代理店側の都合により特定の保険会社へ誘導することは適切ではありません。
509.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止に伴い、同号イに沿って比較説明を行う場合の手順は、以下の流れで問題ないか確認させていただきたい。 1.顧客の意向把握に基づいて乗合保険会社の比較説明を行う。 2.1.に基づき、顧客に保険会社を選択頂く。 3.顧客に選択頂いた保険会社にてご契約の詳細条件を詰めていく。 4.詳細条件確定後、契約手続きを行う。	顧客の意向内容や具体的な説明態様等によるため、手順の適否については、個別具体的に判断されるべき事項ですが、一般的には、保険募集人は、募集に先立ち所属保険会社等の商号などを明らかにした上で、顧客の意向を適切に把握し、比較説明を行う場合には、比較の前提、保障(補償)内容、保険料水準、特約、免責等について、顧客に誤認を与えないよう適切に説明する必要があります。 また、乗合代理店が、取扱保険契約の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別して一又は二以上の保険契約を提示・推奨する場合には、当該保険契約の概要及び合理的かつ一定の具体性を有する推奨する基準や理由等を分かりやすく説明する必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			その上で、顧客が比較説明を踏まえて保険会社又は保険契約を選択し、詳細条件を確認した上で契約手続を行うことは考えられますが、最終的な申込み前に、顧客の意向と契約内容が合致していることを確認する必要があります。
510.	Ⅱ－4－2－9(5)	セカンドオピニオン等の商品付帯サービス、自動車保険のドライブレコーダー特約、リスク診断サービス、経営課題解決サービスは、「商品特性等」に含まれるのか。また、記述の内容は情報提供義務の対象となる情報か。	商品特性等により、特定の保険契約を推奨する場合の「商品特性等」とは、主に保険の種別や保険の保障(補償)内容などを指すところ、サービスの種類や内容は多種多様であり、「商品特性等」に当たるか否かについては一概に回答をお示しすることが困難です。 情報提供する内容次第であり、個別具体的に判断すべき事項ですが、例えば、これらサービスの内容が、特定の保険契約の提示・推奨理由にあたるなど法令上説明が求められる事項にあたる場合には、情報提供義務の対象として顧客に説明する必要があります。
511.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)頭書の「法第 294 条第 3 項に基づき、あらかじめ所属保険会社等の商号等を明らかにした上で」については、乗合代理店は、全ての所属保険会社等の商号等を明らかにする必要はなく、絞り込み後の保険会社についてのみ明らかにすればよいということを確認したい。 それか、保険業法第294条第3項の「明らかにする」というのは、店舗内に掲示等していれば足りるということを明確にしてもらいたい。	保険募集人が保険募集を行おうとするときは、保険業法第294条第3項に基づき、あらかじめ、絞込み後の保険会社など特定の保険会社に限らず、取り扱う全ての所属保険会社等の商号等を明らかにする必要があります。 その方法については、募集形態等に応じて個別具体的に判断されますが、単に店舗内やホームページに掲示しておくなど顧客の確認に委ねるだけでは足りず、顧客が保険募集人の説明により、募集開始前に所属保険会社等を認識できるよう、分かりやすく明示する必要があります。 なお、どの時点の行為が保険募集に該当するかは、Ⅱ－4－2－1(1)(2)を踏まえ、個別具体的に判断されます。
512.	－	あらかじめ明らかにする所属保険会社等の商号等について、顧客に案内する商品が特定分野(火災など)に限られ	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ている場合、明らかにする商号等はその特定分野を取り扱う保険会社のみで問題ないか。	
513.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針に、保険業法第294条第3項に基づく「あらかじめ所属保険会社等の商号等を明らかにした上で」という記載が引用されています。法で「保険募集を行おうとするとき、あらかじめ」とされているものの、ある行為が保険募集に当たるかどうかは、一連の行為の中で総合的に判断されるものであり、必ずしも明確な基準はありません。しかしながら、実務上は、少なくとも募集の初期段階で提示する事務書面やパンフレット等に明示事項を記載し、記載できない情報は口頭でホームページを参照することを指導するなど、顧客に誤解を与えないように努めることが必要と考えているがいかがか。	
514.	Ⅱ－4－2－9(5)	「あらかじめ所属保険会社等の称号等を明らかにした上で」とは、権限明示と同義であるか。	貴見のとおり、Ⅱ－4－2－9(5)の「事前に所属保険会社等の商号等を明らかにした上で」とは、保険業法第294条第3項に基づく、いわゆる権限明示を指すものです。 保険募集人が保険募集を行おうとするときは、あらかじめ、取り扱う所属保険会社等の商号等を顧客に明らかにする必要があります。
515.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5) ①について、監督指針Ⅱ－4－2－2(9)の規制内容は従前と変わらず、その範囲内で、適法にできる範囲での情報提供という理解でよいか。	貴見のとおり、Ⅱ－4－2－9(5)①は、比較推奨販売に関する考え方を示すものであり、Ⅱ－4－2－2(9)の規制内容を変更するものではありません。 比較説明を行う場合には、Ⅱ－4－2－2(9)も踏まえ、顧客に誤認を与える表示・説明とならないよう適切に対応する必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			なお、Ⅱ－4－2－9(5)①は、乗合代理店が比較推奨販売を行う場合の留意点を示すものであり、Ⅱ－4－2－2(9)とは相互に補完関係にあるものです。
516.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険の既契約者には継続的な情報提供が必要である。近年は、医療保険の最新化情報や、健康関連の商品・サービス情報等のニーズが高いので、そういったものに限定して情報提供することがあるが、結果として当該取組の期間中、情報提供に取り組んだ商品の販売占率が一定高まるとしても、意向把握義務や情報提供義務を満たす創意工夫はむしろ推進されるべきであり、直ちに問題とはならないとの理解でよいか。	既契約者に対して、保険契約の内容確認や関連する保険商品・サービスに関する情報提供を行うこと自体は一律に否定されません。 ただし、その過程で保険募集に該当する行為を行う場合には、意向把握・確認義務、情報提供義務を確実に履行するとともに、比較推奨販売に係る規定等を踏まえた適切な対応を行う必要があります。 また、上記の場合において、特定の保険商品・サービスについて訴求する場合には、顧客の属性、既契約内容、想定されるニーズ等に照らして合理性があり、特定の保険会社又は特定の保険契約への恣意的な誘導とならないよう留意する必要があります。
517.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが削除となるが、同号イは、 〔意向把握によって確認した顧客ニーズによって提案すべきと判断した「同種の保険種目であるラインナップ群」について、推奨販売(絞り込み)をせずに、全商品を提示するもの〕 かつ、 〔一部のみの不適切な比較にならないように、保険会社の審査を経た契約概要または商品概要書など、監督指針に基づく比較ルールを基本的に満たす書面を活用するもの〕 として、引き続き維持されると理解してよいか。	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イの具体的な運用の適否については、個別具体的に判断されるべきであり、一概に回答をすることが困難です。 なお、顧客の意向に基づき一定の保険契約のラインナップを設定する場合には、当該ラインナップの設定自体が顧客の意向に沿った保険契約の選別に当たる可能性があることから、推奨販売(同号ロ)に該当し得るものと考えられます。 他方、推奨販売に該当する場合であっても、他の保険契約との比較を行う際には、Ⅱ－4－2－9(5)①A.やⅡ－4－2－2(9)②に照らし、顧客の理解に資するよう適切に情報提供義務が果たされることが必要となります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
518.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針案に、「比較説明を行う際に、顧客が契約内容について、正確な判断ができるように、必要事項を包括的に示しているか」とある。乗合代理店が顧客に、包括的に示す要件として、当該商品に関わる各保険会社のパンフレット、保険料見積を提示して説明を行うことで足りると考えてよいか。	個別具体的に判断されますが、各保険会社のパンフレットや保険料見積りを提示すること自体は、比較説明の方法として否定されるものではありません。 ただし、それらを単に交付・提示するだけで足りるものではなく、比較の前提条件、保障(補償)内容、保険料水準、特約、免責、主な留意点等について、顧客が正確に判断できるよう分かりやすく説明する必要があります。 また、保険料見積りを比較する場合には、可能な限り同一又は近似の算定条件とすることが望ましく、その条件の違いが保険料や保障(補償)内容に与える影響について、顧客に誤認を与えないよう留意する必要があります。
519.	Ⅱ－4－2－9(5)	他の商品との比較を行う場合には、契約概要など、顧客の正確な判断を行うために必要な事項を表示した書面を利用し、保険業法第300条第1項第6号および監督指針Ⅱ－4－2－2(9)を踏まえて適切に説明を行う必要があるとの理解でよいか。	貴見のとおりです。
520.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)第2段落の「推奨する特定の保険契約以外の保険契約」の範囲を正確に理解したい。 例えば、当初意向の把握によってA・B・C・D・E・Fの6つの保険契約が候補になりうる際に、同B.(a)第1段落に定める顧客の意向に沿った保険契約の選別によりA・B・Cの3つの保険契約が残ったケースにおいて、同B.(a)第2段落に定める特定の保険契約としてA保険契約を推奨する場合は、B・Cの2つの保険契約を指すことになり、B・C・D・E・Fの	貴見のとおりです。 Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)第2段落の「推奨する特定の保険契約以外の保険契約」とは、「二以上の比較可能な同種の保険契約」のうち、顧客の意向に沿って選別の対象とした保険契約であって、最終的に推奨しなかったものを指します。 したがって、ご意見の例では、顧客の意向に沿ってA・B・Cが選別され、その中からAを推奨する場合、「推奨する特定の保険契約以外の保険契約」はB・Cを指し、D・E・Fまで含むものではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		5つの保険商品を指す訳ではないという理解でよいか。	ただし、D・E・Fを選別対象外とした判断が、顧客の意向に沿った合理的なものである必要があります。代理店側の都合により不当に除外することは適切ではありません。
521.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)(注3)において、非対面募集(通販型)では、以下のプロセスを経て契約に至るケースがある。 ・情報提供: メルマガ等で特定の保険契約の概要を送付する。 ・顧客の能動的選択: 顧客が自らの意思でメルマガに記載されているリンクをクリックし、詳細ページを閲覧する。 ・意向確認・申込: Webサイト上で改めて顧客の意向を確認し、重要事項説明等を経て申込みを行う。 メルマガ等の媒体は掲載スペースが極めて限定的であり、対面募集のように詳細な選別プロセスや複数商品の比較を、代理店側の管理するメルマガ等で個別具体的に掲載することは困難である。 そのため、今般の改正を踏まえ、メルマガ内に「他にも取扱商品がある旨」や「ウェブサイトから申し込みできる全商品の確認ページへのリンク」を明記した上で特定の保険契約の情報を提供する場合、顧客の適切な商品選択の機会を阻害するものとは評価されないと考えてよいか。	個別具体的に判断される事項ですが、メールマガジン等で特定の保険契約の情報を提供する場合であっても、その内容・表示方法・配信対象・導線等により、特定の保険契約の提示・推奨に該当し得ます。 メールマガジン内に「他にも取扱商品がある旨」や「全商品の確認ページへのリンク」を明記することは、顧客の適切な商品選択の機会を確保するための対応の一つと考えられますが、それのみをもって直ちに十分とはいえません。 特定の保険契約への誘導とならないよう、表示内容や導線に留意するとともに、申込過程において、顧客の意向を適切に確認し、当該意向に沿った情報提供・提示・推奨が行われる必要があります。具体的には、例えば、導線上や申込過程において、顧客の重視する事項を確認し、メルマガ等で情報提供された特定の保険契約の商品特性が顧客ニーズに合致するかを確認するプロセスや、合致しない場合に他の保険契約の検討を促すような機会を確保することが考えられます。 また、乗合代理店が保険募集を行う場合には、非対面募集であっても、あらかじめ所属保険会社等の商号等を明らかにするなど、関係法令・監督指針を踏まえた対応が必要です。
522.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較可能な同種の保険契約の概要説明に当たっては、「商品名・引受保険会社名」が記載された一覧のみでは不十分であり、商品案内パンフレットにおける商品概要のペ	貴見のとおり、保険契約の概要としては、顧客が商品内容の全体像を理解し、商品選択を行うために必要な範囲で、主な保障(補償)内容、保険料水準、特約、免責、保険期間、主な不利益事項・

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ージ等を用いて、商品内容の全体像が理解できる程度の情報を説明する必要がある、との理解でよいか。	留意点等を分かりやすく説明する必要があります。 その際、商品パンフレットにおける商品概要のページ、契約概要等を用いることは考えられますが、資料を単に交付するだけではなく、顧客の意向や理解度に応じて適切に説明することが重要です。
523.	―	二以上の比較可能な同種の保険契約の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、顧客へ保険契約の概要を説明したものについて、更なる顧客の意向に基づいて選別を行った場合、情報提供義務で求められる概要の説明は履行済であり、改めての概要の説明は必ずしも要しない、との理解でよいか。	貴見のとおり、既に顧客の意向に沿って選別した保険契約の概要を適切に説明している場合には、その後、追加の意向把握に基づき更に選別を行ったとしても、同一内容の概要説明を形式的に繰り返すことまでは必ずしも求められません。 ただし、更なる選別後に特定の保険契約を提示・推奨する場合には、顧客の意向に照らして、当該提示・推奨する基準や理由等を、合理的かつ一定の具体性をもって、分かりやすく説明する必要があります。 なお、顧客の追加意向により説明済みの内容に変更・補足が必要となる場合や、顧客の理解確保の観点から必要な場合には、改めて又は補足的に説明することが重要です。
524.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の求めに応じていつでも全商品の提示が可能である旨を顧客へ説明することは、比較可能な同種の保険契約の概要説明の代替手段とはならないことに留意する必要がある、との理解でよいか。	貴見のとおりです。 「顧客の求めに応じて、全商品又は他の商品を提示・説明できる」旨を説明することのみでは、提示・推奨する保険契約の概要説明に代えることはできません。
525.	―	個別具体的な事例に即して判断する必要があるものの、比較推奨販売を適切に行った上で保険契約の申込みに至り、申込後に、結果として他の保険契約も比較可能な同種の保険契約に該当することになった場合(例えば、引受基準緩和型ではない医療保険に保険料割増の条件が付加さ	貴見のとおり、比較推奨販売を行った時点で、顧客の意向や把握可能な商品・引受条件等を踏まえ、適切に情報提供義務を果たしていた場合には、申込後に引受条件等が判明したことのみをもって、直ちに遡って情報提供義務違反となるものではないと考えられます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		れた結果、引受基準緩和型医療保険が比較可能な同種の保険契約となった場合など)でも、遡って情報提供義務の不履行があったとはみなされない(比較可能な同種の保険契約の概要説明等の不履行があったとはみなされない)、との理解でよいか。	「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当するか否かは、提示・推奨時点における顧客の具体的な意向、対象となるリスク、保険給付の内容等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断される必要があります。 したがって、特定の保険契約に申込後、当該保険に保険料割増、条件付加、引受不可等が判明し、当初説明した内容や顧客の意向との関係で重要な変更が生じる場合には、その時点で顧客に適切に説明し、必要に応じて意向確認や他の保険契約の提示・説明を行う必要があります。
526.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5) ①B.について、例えば、「医療保険に加入したい」という顧客の意向が示された後、追加的に明らかになった顧客の意向(保険料重視なのか保障内容重視なのか等)に沿って更なる選別を行うケースにおいては、必ずしも取り扱う全ての医療保険の概要を説明する必要はなく、当該選別後の保険契約について概要を説明することで足りる、との理解でよいか。	貴見のとおり、顧客の当初意向が「医療保険に加入したい」という程度にとどまる場合でも、その後、保険料水準、保障(補償)内容、特約、保険期間、払込方法等、顧客が重視する事項を確認し、その追加的な意向に沿って保険契約を選別することは考えられます。 この場合、常に取り扱う全ての医療保険の概要を説明することを一律に求めるものではなく、顧客の意向に沿って選別した保険契約について、概要及び提示・推奨する基準や理由等を説明することで足りるものと考えられます。 ただし、選別の過程が顧客の意向に沿った合理的なものである必要があり、代理店側の都合により、一部の商品を不当に除外することは適切ではありません。また、顧客の意向把握、選別理由、説明内容等について、事後的に確認できるよう適切に記録することが重要です。
527.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較可能な同種の保険契約の概要説明について、適切な概要説明ができることを前提として、他の書面と一体の書	個別具体的に判断されるべき事項ですが、一般論として、比較可能な同種の保険契約の概要説明については、顧客が当該保険契

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		面を用いて行うことも認められる、との理解でよいか。	約の全体像を理解し、適切な商品選択が可能となる内容となっていれば、他の説明書面や比較資料と一体の書面を用いることも考えられます。 ただし、一体の書面とする場合でも、顧客が保険商品を絞り込むための契機となる程度の情報、概要説明の対象範囲、主な保障(補償)内容、保険料水準、特約、免責、主な留意点等が顧客に分かりやすく示され、誤認を与えないものである必要があります。
528.	―	乗合代理店のホームページに単にバナーを掲載することは、募集関連行為もしくは広告であり、比較推奨販売規制の対象外であると理解している。一方で、掲載されているバナーを顧客の意思で選択して、顧客自身の指名により特定の保険会社の申込手続の画面へ遷移するケースもあることから、バナーに客観性の欠ける情報を掲載し、恣意的に特定の保険会社に誘導する行為は、顧客の適切な商品選択の機会を阻害するおそれがあることから、不適切と考えるがどうか。	バナー掲載が保険募集、募集関連行為又は単なる広告のいずれに該当するかは、表示内容、掲載態様、申込画面への導線、顧客への働きかけの程度等を踏まえ、Ⅱ－4－2－1(1)(2)に照らして、個別具体的に判断されます。 その上で、客観性を欠く表示や誤認を招く表示により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ恣意的に誘導することは、顧客の適切な商品選択の機会を阻害するおそれがあり、適切ではありません。 また、バナー表示が実質的に特定の保険契約の提示・推奨に当たる場合には、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ及びⅡ－4－2－9(5)を踏まえ、顧客の意向に沿った理由説明等を適切に行う必要があります。
529.	Ⅱ－4－2－9(5)	ウェブ募集のみを行う乗合代理店においても、顧客の意向を把握した上で比較推奨を実施する必要があると理解している。当該代理店において、一般的に顧客が重視する項目ごとの推奨商品をウェブサイト上に表示(例えば、「保険料水準を重視する方はこちら」といった見出しごとに推奨する商品の内容を掲載)し、顧客が自身の意向に従って	一般的に顧客が重視し得る項目をウェブサイト上で示し、顧客が自ら選択できる仕組みを設けること自体は否定されません。 ただし、項目の内容、表示順、導線、商品の掲載方法等により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ恣意的に誘導するものとならないよう留意する必要があります。 また、項目ごとに商品を掲載する場合であっても、特定の保険

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		自ら選択した項目の中から商品を選定するというプロセスを確保することで、当該代理店は、適切な比較推奨販売を行ったものと考えられるがどうか。	契約の提示・推奨に該当し得るため、当該保険契約の概要及び提示・推奨する基準や理由等を、顧客に分かりやすく説明する必要があります。 なお、ウェブ募集は対面募集に比べ情報の双方向性が乏しい場合があるため、意向確認、比較対象の範囲、他の商品選択の機会、表示内容の分かりやすさ等を含め、募集プロセス全体として顧客の適切な商品選択の機会が確保されているか、より慎重に対応することが重要です。
530.	―	顧客の意向を確認するプロセスにおいて、商品の概要を説明しながら確認する場面が想定され得るが、例えば、この際に特定の保険会社のパンフレット等を使用して説明することをもって、直ちに当該保険会社を推奨している(誘導している)とみなされるわけではないと考えるがどうか。	個別具体的に判断されるべき事項であり一概に回答することが困難ですが、一般論として、例えば、顧客の意向を確認する過程において、商品の概要を説明するために特定の保険会社のパンフレット等を使用すること自体が、直ちに当該保険会社又は保険契約の推奨・誘導に当たるものではないと考えられます。 ただし、当該資料の使用方法、説明内容、提示順序や提示基準等により、顧客の意向確認に先立って特定の保険契約へ誘導するものとなっていないかについては留意が必要です。
531.	―	保険料水準を判断する参考として保険料表やWEB上で試算やプラン選択ができる環境を提供し、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と異なる可能性がある場合においては、顧客の誤認を招かないよう、その旨を明示し、説明やWEB上で補足説明する必要があると考えるがどうか。	貴見のとおりです。 保険料表やウェブ試算等により保険料水準を示す場合において、最終的な申込時の条件、引受審査、保障(補償)内容、特約、割引適用等により保険料が変動し得るときは、顧客に誤認を与えないよう、その旨をあらかじめ分かりやすく説明する必要があります。 特に、概算保険料、参考保険料等を提示する場合には、算定条件、前提、適用範囲、最終保険料と異なる可能性を明示するとともに、正式な見積りや申込時の条件確認等を通じて最終的な契約

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			条件が確定する旨を説明し、顧客が実際の契約条件を正しく理解できるよう対応することが重要です。 ウェブサイト上で試算・プラン選択を行う場合も同様に、画面表示、注記、確認画面等により、顧客が誤認しないよう適切に情報提供義務が果たされることが必要となります。
532.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)は、顧客の意向に沿って選別された保険契約については、全てを提示・推奨の対象とし、保険契約の概要及び顧客の求めに応じて契約内容を説明する必要があるという理解でよいか。	Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)については、顧客の意向に沿って選別された保険契約が、提示・推奨の対象となります。
533.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)にある「推奨する特定の保険契約以外の保険契約もある旨及び顧客の求めに応じて、それらの保険契約の概要又は契約内容を説明する旨を説明しているか」について、ここでいう「推奨する特定の保険契約以外の保険契約がある旨」というのは、その事実を告げればよく、顧客の求めがない場合は保険契約の概要や保険契約の内容まで説明する必要はないとの理解でよいか。	貴見のとおりです。 「推奨する特定の保険契約以外の保険契約もある旨」については、その事実を顧客に説明する必要があります。 顧客から求めがない場合には、当該他の保険契約の概要又は契約内容まで説明することを一律に求めるものではありません。 ただし、顧客の求めに応じて、それらの保険契約の概要又は契約内容を説明する旨も、あわせて説明する必要があります。
534.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)にある「当該提示・推奨する保険契約の概要及び顧客の求めに応じて契約内容並びに当該提示・推奨する基準や理由等を説明しているか」については、以下の①の理解でよいか。 ①「当該提示・推奨する保険契約の概要及び顧客の求めに応じて契約内容」並びに「当該提示・推奨する基準や理由等」を説明しているか(「顧客の求めに応じて」は「基準や理由等」には掛からず、「基準や理由等」は保険契約の	貴見のとおり、ご意見にある文言は、「当該提示・推奨する保険契約の概要及び顧客の求めに応じて契約内容」及び「当該提示・推奨する基準や理由等」の説明を求める趣旨です。 したがって、「顧客の求めに応じて」は「契約内容」にかかるものであり、「提示・推奨する保険契約の概要」及び「提示・推奨する基準や理由等」については、顧客の求めの有無にかかわらず説明する必要があります。 なお、ご意見を踏まえ、Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)を一部修正しま

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		概要と共に常に説明が必要） ②「当該提示・推奨する保険契約の概要」及び「顧客の求めに応じて契約内容並びに当該提示・推奨する基準や理由等」を説明しているか（「顧客の求めに応じて」は「基準や理由等」に掛かっており、「基準や理由等」は顧客の求めがある場合にのみ説明が求められる）	した。
535.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店が「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から顧客の意向に沿って保険契約を選別し、一又は二以上の保険契約を提示・推奨する場合には、当該提示・推奨する保険契約の概要及び【顧客の求めに応じて】契約内容並びに【当該提示・推奨する基準や理由等】を説明しているか。 とあるが、顧客の求めに応じて説明せよ、ならば、もし顧客が求めなければ、【当該提示・推奨する基準や理由等】は説明しなくてもよいのか。 もしくは、監督指針における【顧客の求めに応じて】という副詞句は【契約内容】までを指しており、並びに以降の【当該提示・推奨する基準や理由等】については修飾していないのか。 （つまり、【当該提示・推奨する基準や理由等】については、顧客の求めがなくとも説明する必要があるのか。） 日本語としては後者の意味だとは思うが、少なからず誤解を生む可能性があるため、もっと分かりやすい表現にしてみてはどうか。	
536.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険契約の「概要」は、必ず説明、保険契約の「内容」	特定の保険契約を提示・推奨する場合には、Ⅱ－4－2－9(5)①

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		は顧客の求めがあった場合に説明が求められるものと認識しているが、顧客に対する保険料の提示は、後者の「内容」に含まれるという理解でよいか。	B.(a)前段に基づいて、当該保険契約の概要は必ず説明する必要があり、当該保険契約の内容については顧客の求めに応じて説明する必要があります。 「保険契約の概要」とは、顧客が保険商品を絞り込むための契機となる情報を指し、保険料については、その提示の態様や内容により、顧客の比較検討に資する基礎的な情報として保険契約の概要に含まれる場合もあれば、個別具体的な条件に依拠する詳細情報としての内容に該当する場合もあり、個別具体的な事情を踏まえて判断されるものと考えられます。
537.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9－(5)において、「顧客が保険契約の契約内容について、正確な判断を行うに必要な事項を包括的に示しているか。」とされていますが、ここでいう「正確な判断を行うに必要な事項」とは、具体的にどのような内容を想定しているのかご教示いただきたい。 また、当該「必要な事項」について、 ・すべての顧客に対して一律に示すことが求められる事項 ・顧客の属性、理解度、意向等に応じて、説明内容の省略・簡素化や重点化が許容される事項の整理について、どのように考えているのか、可能な範囲でご教示いただきたい。	個別具体的に判断されるべき事項であり、一概に回答することが困難ですが、一般的には、「正確な判断を行うに必要な事項」とは、比較する保険契約について、顧客が契約内容の相違点や留意点を理解し、合理的に選択できるために必要な情報を指すものと考えられます。 具体的には、比較の前提条件、主な保障(補償)内容、保険料水準、特約、免責金額、保険期間、主な不利益事項・留意点等が考えられます。 もっとも、全ての案件において、これらを全ての顧客に対して一律・網羅的に詳細説明することを求めるものではありません。顧客の意向、属性、理解度、商品特性、募集形態等を踏まえ、判断に重要な事項を過不足なく、分かりやすく説明することが重要です。 なお、資料の提示や説明の簡素化を行う場合であっても、比較条件や重要な相違点について顧客に誤認を与えないよう、保険業法第300条第1項第6号及びⅡ－4－2－2(9)②を踏まえ、適切に対

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			応する必要があります。
538.	Ⅱ－4－2－9(5)	次のようなケースでは選択の余地がなく保険契約を提示・推奨することになると考えられるが問題ないか。その場合に「顧客の求めに応じて」行う「当該提示・推奨する基準や理由等」については、選択の余地がない理由を説明することでよいか。 インターネット(自社のホームページのバナー等)や、商品チラシに掲載されたURLリンク(QRコード等)から、特定の保険会社の特定の商品申込ページにランディングする仕様となっているため、これを提示・推奨する。 なお、別の保険会社の商品の提示を求める等の顧客意向が示された場合は、当然にそれら保険契約の概要又は契約内容の説明することを前提とする。	特定の保険契約を提示・推奨する場合には、提示・推奨する基準や理由等を、顧客の求めの有無にかかわらず説明する必要があります。 ご指摘のようなバナー、URLリンク、QRコード等による導線であっても、その仕様のみをもって、当然に「選択の余地がない」とはいえません。乗合代理店が特定の保険会社又は特定の保険契約の申込ページへ誘導する場合には、当該導線や表示内容が、顧客の意向に沿わない特定の契約への優先的取扱い又は誘導となっていないか、個別具体的に判断されます。 また、提示・推奨する理由としては、単に「当該ページに遷移する仕様である」と説明するだけでは足りず、当該保険契約が顧客のどのような意向に対応するものかを合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき説明する必要があります。 なお、他の保険会社又は保険契約の提示を求める顧客意向が示された場合には、当該意向に応じて適切に対応する必要があります。
539.	Ⅱ－4－2－9(5)	次のようなケースでは選択の余地がなく保険契約を提示・推奨することになると考えられるが問題ないか。その場合に「顧客の求めに応じて」行う「当該提示・推奨する基準や理由等」については、選択の余地がない理由を説明することでよいか。 特定の保険会社が主導し、乗合代理店のために企画される、既契約者向けの一括DM郵送募集のため、当該保険会社の特定の保険契約を提示・推奨する。	特定の保険契約を提示・推奨する場合には、当該提示・推奨する基準や理由等について、顧客の求めの有無に関わらず、必ず説明する必要があります。 ここでいう基準や理由等とは、当該特定の保険契約が顧客のいかなる意向に対応したものであるかについて説明を求めるものであり、選択の余地がない理由の説明をもって足りるものではありません。 なお、貴見のケースにおいては、乗合代理店が、既契約者の意

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		なお、別の保険会社の商品の提示を求める等の顧客意向が示された場合は、当然にそれら保険契約の概要又は契約内容の説明をすることを前提とする。	向を一定程度推定したうえで、特定の保険会社の保険契約を提示・推奨していると考えられるところ、Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)で定める意向推定の方法を用いながら、特定の保険契約の選別・推奨をあらかじめ企図し、顧客の意向を恣意的に形成又は解釈するなどの行為により、実質的に従前の保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハと同様の運用を行う場合には、比較推奨販売規制の潜脱に該当し得ます。 その該当性については、保険募集の態様や意向形成の過程、顧客の適切な商品選択の機会が実質的に確保されているかといった観点から、個別具体的に判断する必要があります。
540.	－	乗合代理店が、オンライン広告やメール等において、特定の保険契約を訴求すること自体を制限するものではないという理解でよいか。(広告の遷移先となる乗合代理店サイトにて意向の把握や比較推奨に基づく保険募集を実施する前提)	乗合代理店がオンライン広告やメール等において特定の保険契約を訴求すること自体が、直ちに禁止されるものではありません。 ただし、広告・メールの内容、表示方法、遷移先の導線等により、特定の保険会社又は特定の保険契約へ恣意的に誘導するものとならないよう留意する必要があります。 また、上記の訴求行為が、実質的に特定の保険契約の提示・推奨に当たる場合には、顧客の意向を適切に把握し、当該意向に沿った合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき説明する必要があります。 いずれにせよ、遷移先の乗合代理店サイトにおいて、顧客の意向把握その他法令等で求められる募集手続や情報提供を適切に行うことが前提となります。
541.	Ⅱ－4－2－9(5)	デジタル募集と対面での保険募集では商品概要の説明方法が異なることが想定される。	貴見にある「デジタル募集」や「デジタル完結型の募集」が具体的に何を指すのかが必ずしも明確ではありませんが、商品概要

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		対面ではパンフレット、商品概要資料を用いるが、デジタル完結での保険募集では、画面表示(商品情報へのリンクを含む)にゆだねる想定であるが問題ないか確認したい。その他留意すべき事項があればご教示いただきたい。 デジタル募集の場合は、パンフレットや商品概要を手交することができないため、画面表示させることでその代替とする想定である。デジタル募集は顧客が画面上で入力・選択した意向を電子的にすべて取得できる等DX化によるメリットがある。逆に対面と異なる手続が必要となるとUIが複雑となりかえって顧客の正しい選択を阻害してしまう。対面、デジタルそれぞれの特性を理解して、顧客に誤認のない比較推奨販売を実現すべきと考えている。	等を紙のパンフレット等ではなく、画面表示により提供すること自体は否定されません。 ただし、特定の保険契約を提示・推奨する場合には、顧客が商品内容の全体像を理解できるよう、当該保険契約の概要及び提示・推奨する基準や理由等を、画面上で分かりやすく表示・説明する必要があります。 なお、画面表示等による情報提供に当たっては、顧客の入力・選択内容や説明画面の表示履歴等を活用し、意向把握、提示・推奨理由、顧客への情報提供内容を適切に履行したことが事後的に確認できる態勢を整備することが有効と考えられます。
542.	Ⅱ－4－2－9(5)	各保険会社に関する基本的な情報(規模、経営状況などIR情報として公表されているようなもの)については必要に応じて顧客に提供すべきと考えるがそうした理解でよいか。	貴見のようなケースは具体的にどのような場面を想定しているか必ずしも明確ではございませんが、顧客から問われた際、顧客に誤認を与えないよう正確性が担保された情報を提供することが必要と考えられます。
543.	Ⅱ－4－2－9(5)	従前の監督指針では一緒くたに説明がなされていた、【比較説明】と【推奨販売】について、改正案においてはそれぞれ個別に説明が加えられているが、乗合代理店における一連の募集プロセスの中で、【比較】と【推奨】という言葉は非常にややこしいため、【比較説明の情報提供義務】及び【推奨販売の情報提供義務】について、改めて確認したい。 例えば、募集プロセスの中で、AからJ社まで計10社の比較可能な同種の保険契約を取り扱っている乗合代理店の	貴見のケースにおいて、AからC社に絞り込んだ上で、これら3社から更にA社に絞り込んだ場合、Ⅱ－4－2－9(5)①B.の推奨販売に該当します。 また、3社からA社に絞り込む際、他のB社及びC社と保障(補償)内容について比較していることから、Ⅱ－4－2－9(5)①A.比較説明にも該当すると考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		保険募集人が、顧客の意向(例えば、がんの自由診療にも備えられるがん保険)に沿って、10社のうち、がん自由診療特約を付帯できるAからC社に絞って顧客に提案したとする。顧客から「AからC社の中でおすすめはどの会社か」と聞かれた場合、「診断一時金の2回目以降の支払い要件が他の2社より範囲が広いため、A社がおすすめです」などと追加の説明を加え、 A社の保険を推奨したとする。 上記商談プロセスの中では、AからC社を【提示・推奨】した上で、当該3社の中からA社を推奨する説明自体はあくまでも監督指針で言う所の【比較説明】である、という理解でよいか。 【推奨販売の情報提供義務】を遵守し、AからC社に絞った理由を顧客に情報提供し、その後、追加の説明を加える行為において、【比較説明の情報提供義務】を遵守し、比較する事項やその内容を適切に説明し、自らが勧める保険契約の優位性の根拠を説明すれば良い、という理解でよいか。 上記理解が正しい場合、一連の募集プロセスの中では、3社の中から比較説明の中でA社を推奨する行為を、【推奨販売】であると誤認している保険募集人や代理店が多くあるため確認したい。	
544.	Ⅱ－4－2－9(5)	1.取り扱い保険会社数が異なる代理店同士による共同募集について 複数の代理店が共同して保険募集を行う場合、各代理店が取り扱う保険会社数に差異があるケースが想定される。	共同募集については、保険業法上、独立した募集形態として特別に規定されているものではなく、複数の保険募集人が関与する実務上の募集形態であると考えられます。 したがって、共同募集を行う場合であっても、各保険募集人に

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		例えば、A代理店が10社を取り扱い、B代理店が3社を取り扱う場合、共同募集においては「共通して取り扱う3社の商品しか提示できない」という運用になると理解している。この場合、A代理店が本来提供可能であった7社分の選択肢が提示されないこととなり、顧客の最善利益義務との関係で問題が生じないかについて、金融庁としてどのように整理されているかご教示いただきたい。 2.共同募集における責任の所在について 上記のように、共同募集により顧客の選択肢が実質的に制限される場合、その責任はどの代理店に帰属するものと整理されているのか、また、保険会社による代理店管理義務の観点から、どのような対応が求められるのかについて確認したい。 3.募集関連行為従事者(紹介者)の活用について 10社取り扱いのA代理店が代理店登録を外れ、募集関連行為従事者として、顧客の氏名・連絡先のみを本人同意のもとでB代理店に提供するというスキームは、監督指針の範囲内で適法と理解している。 この場合、 ・紹介者は募集行為を一切行わない ・B代理店が募集行為を一元的に担う ・保険会社はB代理店を通じて紹介者の行為を管理する という整理で問題ないか、また、紹介者の行為が募集行為に該当しないための具体的な留意点について、追加の指針があればご教示いただきたい。	おいて、権限明示、意向把握・確認、情報提供、比較推奨販売に係る説明等、関係法令及び監督指針上求められる義務を適時・適切に履行する必要があります。 このうち、意向把握を行う場合は、顧客の意向は募集過程において変わり得ることを踏まえつつ、共同かつ一連の保険募集の中で適切かつ丁寧に意向把握を行う必要があります。 これらを踏まえ、共同募集における比較推奨販売の対象範囲や責任の所在については、各保険募集人の顧客の意向形成への関与の度合い、顧客への説明・提案の実態等に照らし、個別具体的に判断されます。 乗合代理店が比較推奨販売を行う場合には、当該代理店が取り扱う二以上の比較可能な同種の保険契約を前提に、顧客の意向に沿った適切な選別・推奨を行う必要があります。よって、共同募集であることのみを理由に、比較対象を共同募集に関与する代理店間で共通して取り扱う保険契約に固定する運用は、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するため、適切とはいえません。 なお、乗合代理店が、他の乗合代理店との共同募集形態を採用するか、募集関連行為従事者と乗合代理店による募集形態を採用するかについては各社の判断に委ねられますが、募集関連行為従事者については、Ⅱ－4－2「保険募集管理態勢」の「(1)保険募集の意義」や「(2)「募集関連行為」について」に照らして、当該行為が保険募集に該当しないように留意する必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		4.共同募集と紹介スキームの併存について 共同募集において取り扱い会社数の差異が顧客の選択肢を狭める場合、A代理店が共同募集ではなく紹介スキームを選択することは、顧客本位の観点から許容されると理解している。 この点について、共同募集と紹介スキームの選択基準について金融庁としての考え方があればご教示いただきたい。	
545.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店であっても、保険業法施行規則に規定する「二以上の所属保険会社等が引き受ける保険に係る二以上の比較可能な同種の保険契約」がない場合には、推奨販売を行うことは求められないと理解している。「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.195(4)において示されているとおり、共同募集において取り扱うことのできる商品は、両代理店に共通するもののみであるとの考え方が示されているが、比較推奨販売規制を潜脱する目的で乗合代理店が他の代理店と共同で保険募集を行うことは不適切であるとの理解でよいか。	ご指摘のとおり、比較推奨販売規制を潜脱する目的で、乗合代理店が他の代理店との共同募集を利用することは適切ではありません。 「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.195(4)は、把握した顧客の具体的な意向を踏まえ、共同募集により取り扱う保険契約が選定されたことを前提として、当該共同募集において取り扱うことのできる保険契約は、両代理店において共通して取り扱われる契約に限られることを明らかにしたものであって、比較推奨販売の対象を一律に共同募集に係る保険契約に限定することまでを許容する趣旨ではありません。
546.	Ⅱ－4－2－9(5)	複数の代理店が共同で保険募集(代理店分担)を行う場合の「乗合代理店における比較推奨販売」について考え方を整理していただきたい。 A代理店(ア保険会社専属代理店)とB代理店(ア保険会社・イ保険会社・ウ保険会社の3社乗合代理店)が代理店分	共同募集については、保険業法上、独立した募集形態として特別に規定されているものではなく、複数の保険募集人が関与する実務上の募集形態であると考えられます。したがって、共同募集を行う場合であっても、各保険募集人において、権限明示、意向把握・確認、情報提供、比較推奨販売に係る説明等、関係法令及

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		担で共同で顧客に保険募集を行う場合、A代理店が1社専属代理店であることをもって「乗合代理店における比較推奨販売」の対象外とみなすとの理解でよいか。 また、この考え方・判断基準は幹事代理店・非幹事代理店如何で変わるか。 加えてこの場合、A代理店(1社専属代理店)が保険会社のグループ会社等、保険会社直資代理店等である場合、B代理店に対し実質的に自社(ア保険会社)の優先的な取り扱いを促すものであり過度の便宜供与になると考えるが、如何か。 B代理店(ア保険会社・イ保険会社・ウ保険会社の3社乗合代理店)とC代理店(ア保険会社・イ保険会社の2社乗合代理店)が代理店分担で共同で顧客に保険募集を行う場合、「乗合代理店における比較推奨販売」の考え方として、B代理店・C代理店共通で取り扱いのあるア保険会社・イ保険会社の2社を比較・推奨販売すれば良いという理解でよいか。	び監督指針上求められる義務を適時・適切に履行する必要があります。 このうち、意向把握を行う場合は、顧客の意向が募集過程において変わり得ることを踏まえつつ、共同かつ一連の保険募集の中で適切かつ丁寧に意向把握を行う必要があります。 比較推奨販売に係る規定の適用については、共同募集に専属代理店が関与していることのみをもって、乗合代理店における当該規定の適用が当然に排除されるものではありません。また、幹事代理店・非幹事代理店の別によって直ちに判断が異なるものでもなく、顧客への説明・提案の実態、顧客の意向形成への関与等を踏まえて個別具体的に判断されます。なお、各乗合代理店が実質的に担う保険募集の実態とは無関係に、形式的な役割分担等を定め、比較推奨販売に係る規定の適用関係を判断する場合には、顧客の適切な商品選択の機会を阻害し得るものとして問題となり得ます。 乗合代理店が推奨販売を行う場合には、当該代理店が取り扱う「二以上の比較可能な同種の保険契約」を前提に、顧客の意向に沿った適切な提示・推奨を行う必要があります。よって、共同募集に関与する代理店間で共通して取り扱う保険契約のみに比較対象を限定することが、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害し得る場合には、比較推奨販売規制の趣旨に照らし問題となり得ます。 また、保険会社のグループ会社等であるかを問わず、代理店との共同募集が、特定の保険会社の商品を優先的に取り扱わせる目的又はその効果を有する場合には、比較推奨販売規制の潜脱や顧
547.	―	比較推奨販売に関し、現在集団募集を実施する際は1社推奨で実施している。A代理店(1社専属)とB代理店(乗合代理店)で共同募集を行う場合、B代理店はA代理店と共通する保険会社1社のみの販売でもよいのか確認したい。	
548.	Ⅱ－4－2－9(5)	二以上の保険募集人にて共同募集を行う場合、共同募集に関する顧客意向(同意)を確認し、保険募集人が共通で取り扱う保険会社商品以外の指定がなければ、保険募集人が共通で取扱う保険会社商品の範囲における比較可能な同種の保険商品の中から提示・推奨することは認められると	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		の理解でよいか。	客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害する行為に該当し得るかについて、個別具体的に検証される必要があります。
549.	Ⅱ－4－2－9(5)	所属保険会社が必ずしも同一ではない乗合代理店間における共同募集の場合は、所属保険会社が異なることから、代理店分担ができない保険会社商品が発生する可能性がある。 共同募集における比較推奨販売の方法においては、他の共同募集代理店の取り扱いができない(乗り合っていない)保険会社の商品は比較推奨販売の対象外としてよいか。	共同募集の場合であっても、比較推奨販売に係る規定の適用の有無は、各代理店の顧客の意向形成への関与の度合い、顧客への説明・提案の実態等を踏まえて個別具体的に判断されます。 比較推奨販売を行う乗合代理店において、自ら取り扱う二以上の比較可能な同種の保険契約が存在する場合には、これらを前提として、顧客の意向に沿った適切な選別・推奨を行う必要があります。 したがって、共同募集に関与する他の代理店が取り扱っていないことを理由に、当該保険契約を比較推奨販売の対象外とすることは、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するため、適切とはいえません。 また、共同募集の枠組みそのものを用いて比較推奨販売に係る規制を潜脱し得る運用を行う場合には、問題となり得ます。
550.	Ⅱ－4－2－9(5)	2以上の代理店間で共同募集を行う場合に、それぞれの提携保険会社が異なるケースでは、いずれとも提携のある保険会社のみを比較推奨する場合、提案する保険会社を絞り込めるとの認識でよいか。	
551.	Ⅱ－4－2－9(5)	代理店と保険会社が既契約者(当該乗合代理店が取り扱う当該保険会社又はそのグループ企業である保険会社の既契約の保険契約者)に対して同時に保険募集を行う場合(例えば、乗合代理店に所属する保険募集人と保険会社に所属する保険募集人が同行募集を行う場合や、乗合代理店と保険会社が連名で郵送等の非対面方式によって保険募集を行う場合)は、当該乗合代理店と当該保険会社、またはそのグループ企業である保険会社が共通して取り扱う保	ご指摘のような保険会社と乗合代理店による共同募集においても、比較推奨販売に係る規定の適用は、各主体の顧客の意向形成への関与の度合い、顧客への説明・提案の実態等を踏まえて個別具体的に判断されます。 乗合代理店が推奨販売を行う場合には、当該乗合代理店が取り扱う二以上の比較可能な同種の保険契約を前提に、顧客の意向に沿った適切な選別・推奨を行う必要があります。 したがって、保険会社と乗合代理店が共通して取り扱う保険契

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		険契約の範囲によって「比較可能な同種の保険契約」の有無・範囲を判断することになるという理解でよいか。 なお、保険会社が自らの既契約者ではなくグループ企業の保険会社の既契約者に関する情報を利用できるのは、個人情報保護法第27条第5項第3号に定める特定共同利用の措置が講じられているためである。	約のみに比較推奨販売の対象を限定することが、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に狭める場合には、適切とはいえません。 なお、顧客が当該保険会社又はそのグループ会社の商品を明確に希望している場合には、その具体的な意向に即して対応することが考えられます。また、当該意向が顧客の主体的な判断に基づくものか、個別具体的に確認する必要があるほか、顧客の判断が恣意的なものとならないよう留意が必要です。
552.	Ⅱ－4－2－9(5)	次のようなケースでは選択の余地がなく保険契約を提示・推奨することになると考えられるが問題ないか。その場合に「顧客の求めに応じて」行う「当該提示・推奨する基準や理由等」については、それぞれ選択の余地がない理由を説明することでよいか。 特定の代理店と保険会社における特定の保険商品に関する共同募集契約に基づき、当該特定の代理店から顧客紹介を受け、業務分担により保険商品を提示・推奨するため、当該特定の保険会社の特定の商品のみを提示・推奨する。 なお、別の保険会社の商品の提示を求める等の顧客意向が示された場合は、当然にそれら保険契約の概要又は契約内容の説明することを前提とする。	ご意見にあるケースについては、共同募集契約や業務分担の内容のみをもって、直ちに特定の保険会社・商品だけを提示・推奨することが許容されるものではありません。 比較推奨販売を行う乗合代理店において、自ら取り扱う「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在する場合には、顧客の意向に沿って適切に選別・推奨し、その基準や理由を合理的に説明する必要があります。 共同募集や顧客紹介の枠組みを通じて、実質的に比較対象を限定し、顧客の適切な商品選択の機会を狭めるおそれのある運用が行われる場合には、比較推奨販売規制の趣旨に照らし問題となり得ます。 なお、顧客が特定の商品を明確に希望している場合や、他の商品説明を求めた場合には、当該意向が顧客の主体的判断に基づくものか、個別具体的に確認する必要があるほか、その意向に応じて適切に対応する必要があります。
553.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店と保険会社が既契約者(当該乗合代理店が取り扱う当該保険会社の既契約の保険契約者)に対して共同で保険募集を行う場合は、当該乗合代理店と当該保険会社	保険会社と乗合代理店が共同で保険募集を行う場合であっても、比較推奨販売に係る規定の適用は、各主体の顧客の意向形成への関与の度合い、顧客への説明・提案の実態等を踏まえて個別

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		が共通して取り扱う保険契約の範囲によって「比較可能な同種の保険契約」の有無・範囲を判断することになるという理解でよいか。	具体的に判断されます。 乗合代理店が推奨販売を行う場合には、当該乗合代理店が取り扱う二以上の比較可能な同種の保険契約を前提に、顧客の意向に沿った適切な提示・推奨を行う必要があります。 したがって、保険会社と乗合代理店が共通して取り扱う保険契約のみに比較推奨販売の対象を限定することを通じて、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に狭めるおそれのある運用が行われる場合には、比較推奨販売規制の趣旨に照らし問題となり得ます。
554.	Ⅱ－4－2－9(5)	A代理店(乗合5社)とB代理店(乗合20社)が共同募集を行う場合、両代理店が共通して取り扱う5社の商品だけを比較・提案する運用は、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロおよび最善利益勘案義務の観点から適切といえるか。顧客意向に沿った商品選定を行うためには、B代理店が取り扱う20社の中に比較対象を広げる必要があるか。 共同募集を行う場合、比較推奨販売の責任はどちらの代理店に帰属すると考えるべきか。役割分担(例:一方が提案主体、他方が手続補助)を明示すれば、法令上問題ないと考えてよいか。 「共同募集の場合は共通取扱社のみを比較対象とする」という固定ルールは、監督指針の趣旨に反する不適切な運用と考えられるか。顧客意向に基づく比較結果として共通社に絞られる場合は適切と考えてよいか。 共同募集において、比較推奨販売の適正性を担保するために必要な証跡(比較表、推奨理由、非提示理由等)の範囲	共同募集については、保険業法上、独立した募集形態として特別に規定されているものではなく、複数の保険募集人が関与する実務上の募集形態であると考えられます。したがって、共同募集を行う場合であっても、各保険募集人において、権限明示、意向把握・確認、情報提供、比較推奨販売に係る説明等、関係法令及び監督指針上求められる義務を適時・適切に履行する必要があります。 このうち、意向把握を行う場合は、顧客の意向が募集過程において変わり得ることを踏まえつつ、共同かつ一連の保険募集の中で適切かつ丁寧に意向把握を行う必要があります。 共同募集における比較推奨販売の対象範囲や責任の所在については、各保険募集人の顧客の意向形成への関与の度合い、顧客への説明・提案の実態等を踏まえて個別具体的に判断されるものと考えられます。 乗合代理店が比較推奨販売を行う場合には、当該代理店が取り扱う二以上の比較可能な同種の保険契約を前提に、顧客の意向に

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		や保存期間について、金融庁として標準的なガイドラインを示す予定はあるか。	沿った適切な選別・推奨を行う必要があります。よって、共同募集であることのみを理由に、比較対象を共同募集に関与する代理店間で共通して取り扱う保険契約に固定する運用は、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害するため、適切とはいえません。一方、顧客の意向に基づく選別の結果として、共通取扱社の商品が提示・推奨されることまで否定されるものではありません。 比較推奨販売に係る証跡管理については、金融庁として一律の様式や保存期間を定めるものではなく、各保険募集人において、意向把握、比較対象の範囲、推奨理由等について、事後的に検証可能な形で適切に管理することが重要です。
555.	Ⅱ－4－2－9(5)	2社と乗り合うA代理店と当該2社を含む5社と乗り合うB代理店が共同募集を行う場合に、まずA代理店のみが顧客に対して募集を行い、顧客の同意を得た上で、その後にB代理店も当該顧客に対してA代理店とともに募集を行う場合は、A代理店とB代理店が共通して乗り合う2社の範囲で比較推奨販売を行うことになるという理解でよいか。 なお、前提として、いずれの代理店も、募集に当たり保険業法が定める権限明示を適切に行うこととする。 この場合、B代理店にとって、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)第2段落に基づいて5社の保険契約の中からA代理店と共通して乗り合う2社の保険契約を推奨する訳ではなく、A代理店と共同募集を行う2社の保険契約の範囲内で「二以上の比較可能な同種の保険契約」を考えることになるため、残り3社の保険契約は同①B.(a)第2段落に定める	乗合代理店が比較推奨販売を行う場合においては、当該代理店が取り扱う二以上の比較可能な同種の保険契約を前提として、顧客の意向に沿った適切な選別・推奨を行う必要があります。 したがって、ご意見にあるケースにおいて、B代理店が5社の商品を取り扱っているにもかかわらず、共同募集であることやA代理店と共通して取り扱うことのみを理由に、比較対象を2社に限定することは、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害すると考えられ、適切とはいえません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		「推奨する特定の保険契約以外の保険契約」に該当しないという理解でよいか。	
556.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売(保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(以下、ロ方式とする。))における取扱い実績のない委託保険会社の取扱いについて確認したい。 当社は生保において22社の代理店委託があるが、当社が単独募集で取り扱い実績があるのは13社のみであり、他は共同募集(当社は非幹事で、幹事代理店が意向把握の対応を行う業務分担)での取扱実績の保険会社である。 その中、当社は現在、会社方針により、第一分野で7社、第三分野で2社の推奨会社を設定している。今後、比較推奨販売についてロ方式で対応する場合、単独での募集実績のある13社の範囲でのみ顧客意向に沿った推奨保険会社・商品のご提案を行うことで問題ないか。	比較推奨販売を行う乗合代理店においては、代理店委託契約(当該委託契約に基づき、覚書等によりその内容が定められる場合を含む。)に基づき取り扱うことが可能な保険契約の中に、二以上の比較可能な同種の保険契約が存在する場合には、これらを前提として、顧客の意向に沿った適切な選別・推奨を行う必要があります。 したがって、単独募集での取扱実績がないことや、共同募集での取扱実績にとどまることを理由として、当該保険契約を一律に比較推奨の対象外とすることは適切とはいえません。 なお、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の意義に照らして、乗合代理店が独自の判断で、推奨する特定の保険契約をあらかじめ設定することは許容されません。
557.	－	他代理店との共同募集(当社は事務のみ)のために代理店委託契約を締結し、お客さまに対する直接の募集業務を実施していない保険会社が複数社存在している。 この場合、これら提携保険会社の保険商品は、代理店委託契約はあるものの、当社としては単独で取り扱う方針ではないため、比較推奨の対象外としたいと考えている。 このため、以下の方法の可否を検討している。 a.一部保険会社との代理店委託契約を解約する。 b.保険会社ごとに対応が可能であれば、代理店委託契約により取扱商品・種目・チャネル等を限定する旨の覚書を締結する。	比較推奨販売を行う乗合代理店においては、保険会社から委託を受け、実際に取り扱うことが可能な保険契約の中に、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在する場合には、これらを前提として、顧客の意向に沿った適切な提示・推奨を行う必要があります。 したがって、代理店委託契約上取り扱うことが可能な保険契約については、共同募集において自社が事務のみを担うことや、単独募集で取り扱う方針がないことを理由に、直ちに比較推奨販売の対象外とすることは適切ではありません。 一方、保険会社との代理店委託契約や覚書等により、取扱商品・種目等が明確に限定され、当該代理店が実際に取り扱うことがで

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		c.当該代理店と役割分担を明確にした協定を締結し、保険会社に承認してもらうことで取扱範囲を絞る。 d.グループ会社として別代理店を設立し、共同募集は当該会社へ移管し、当社においては不要な代理店委託契約を解約する。	きない保険契約については、比較推奨販売の対象とはなりません。 ただし、比較推奨販売に係る規定を潜脱し、又は、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に狭める目的・態様で行われる場合には問題となるため留意が必要です。
558.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店と保険会社又は当該保険会社の専属代理店(以下「専属代理店」という。)が乗合代理店の顧客(乗合代理店が案内する時点では保険会社や専属代理店の顧客ではない前提)に対して、共同で保険募集を行うことを想定しているケースにおいて、まず、乗合代理店が当該顧客に対して共同募集による案内の意向の有無を確認し(適切に権限明示を行う前提)、当該顧客から、その意向が確認できた場合には、当該乗合代理店と当該保険会社又は当該専属代理店が共通して取り扱う保険契約を募集することができるという理解でよいか。	共同募集を希望する旨の顧客の意向が確認された場合であっても、そのことのみをもって、比較推奨販売の対象を共同募集により取り扱う保険契約に限定できるものではありません。 顧客の意向把握に当たっては、共同募集の方法に関する意向だけでなく、保障(補償)内容、保険料水準等、保険契約の選択に関する顧客の具体的な意向を把握する必要があります。 その上で、当該顧客の意向が、保険会社又は専属代理店との共同募集により取り扱う特定の保険契約に係るものであることが明確である場合には、その意向に沿った対応が考えられます。 一方、比較推奨販売を行う乗合代理店において二以上の比較可能な同種の保険契約が存在する場合には、共同募集の形式により比較対象を不当に限定することなく、顧客の意向に沿った適切な選別・提案を行う必要があります。
559.	Ⅱ－4－2－9(5)	該当箇所：監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B 意見： 保険会社と乗合代理店、または保険代理店同士(専属代理店と乗合代理店、または乗合代理店同士)が、いずれも募集当事者として名称を示して一の顧客に対して共同で保険募集(以下「共同募集」という。)を行うことがある。共同募集については、「「平成26年改正保険業法(2年以内施	共同募集を行うことの是非に関しても、乗合代理店が関与する場合、共同募集を行う当事者間において、当該方法を用いることにより、顧客の適切な商品選択の機会を不当に狭めないか、比較推奨販売規制の潜脱となるおそれはないか、顧客の意向を踏まえた対応が可能であるか等の観点から、個別具体的に判断される必要があり、これらに反するおそれのある業務運営が行われた場合には問題となり得ます。貴見が示されるような点についても、最

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.195(4)において、「共同募集において取り扱うことのできるのは、両代理店に共通する商品のみ」という考え方が示されていることを踏まえると、 ①各保険募集人が担う役務について、その必要性を客観的かつ合理的に説明できるものであり、共同募集が比較推奨販売規制等の募集規制を潜脱する意図を有するものではなく(例えば、以下のようなケース)、かつ ②各保険募集人に支払われる保険募集手数料の配分の設定について、各保険募集人が担う役務の対価性に照らして相応のものとなっており、役務やサービスの提供を受ける顧客にもきちんと説明できる合理的なものとなっていることを考慮した適切な設定としている 場合には、推奨販売を行うことができる保険商品は、共同募集を行う各保険募集人が共通して取り扱う保険商品のみであり、その範囲内で適切に推奨販売が履行される必要があるとの理解でよいか。 ＜共同募集が実施されるケース＞ (1)保険会社と乗合代理店による共同募集 保険代理店チャネルを主軸とする保険会社が主体となり、多数の既契約者に対し、一括して最新の保障内容に関する情報提供やアフターフォローを企画する場合において、当該保険会社の特性上、全ての顧客対応を保険会社の	終的には個別具体的に判断される必要がありますが、既契約者に対するアフターフォローの一環として、顧客の最善の利益を勘案し、これらの観点から十分に検討された上で実施されることが重要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		みで行うことが困難であることから、保険会社と担当代理店(乗合代理店)が各々の役割を書面で定め、共同募集を実施するケース (2)保険代理店同士(専属代理店と乗合代理店、または乗合代理店同士)による共同募集 非対面での保険募集やアフターフォローを行うことを基本とする保険代理店で加入した既契約者に対し、当該代理店が最新の保障内容に関する情報提供やアフターフォローを行おうとする場合において、顧客から対面での対応を希望される場合があることから、当該ニーズに応えるため、当該代理店と保険会社が協議し、当該顧客の居住地域の近隣にある別の保険代理店と共同募集を実施するケース ※共同募集を行う場合は、顧客に対して共同募集を行う旨をあらかじめ案内した上で、顧客が共同募集を望まない意向を示した場合には、共同募集を行わないものとする。	
560.	Ⅱ－4－2－9(5)	今回の改正において、下記のような事案は適切な比較推奨販売を行っているとは言えないと考えてよいか。 生命保険募集においては、乗合代理店は自力で営業先を開拓出来ない実力不足の所属募集人に対し、リーズ提供会社を通して見込客の提供を行うことがある。一例として、乗合代理店に対し、クレジットカード会社の会員や運送会社の社員等を見込客として紹介することがある。このような行為を行う会社をリーズ提供会社と呼んでおり、リーズ提供自体は問題無いと考えているが、下記のような事案は	貴見において想定されているケースは、必ずしも明らかではございませんが、保険募集人が保険募集を行おうとする時は、保険業法第294条第3項に基づき、あらかじめ所属保険会社等の商号等を明示する必要があります。 また、乗合代理店において、所属保険会社等から委託を受ける保険商品のうち、「二以上の比較可能な同種の保険契約」について、適切に比較推奨販売を行う必要があります。 比較推奨販売においては、顧客の意向を適切に把握することを前提に、提示・推奨の範囲や理由について、顧客に対して合理的

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		問題があると考えている。 【事例】 甲：リーズ提供会社。取扱いが可能な生命保険会社数は3～10社程度。 乙：甲からリーズ提供を受ける乗合代理店。取扱いが可能な生命保険会社数は30社前後。 乙は甲から提供された見込客と商談を行うが、商談冒頭で見込客に対して渡す名刺には「取扱い保険会社数30社」と記載しているにもかかわらず、実際に商談で提示するのは甲が乗り合っている3～10社のみである。 乙は見込客に対し、実際はリーズ提供会社の都合で3～10社しか提案できないにもかかわらず、30社取り扱うことができると虚偽の内容が記載された名刺を渡していることになる。 乙が甲に対して忖度をし、提案保険会社数を絞り込んでいることから、見込客にとっては「複数社の比較検討した上での契約」とは言えないのではないか。 今後、上記のようなリーズ提供会社による見込客供給の形は全て「顧客の適切な商品選択の阻害」になることから、適切な比較推奨販売を行ったことにならず、保険業法違反になるという認識でよいか。 リーズ提供を受けた見込客に対して、30社取り扱うことができないにもかかわらず、取り扱うことができると誤認させるような記載がなされた名刺を渡している乗合代理店は、比較推奨販売に係る態勢整備という観点から金融庁	かつ分かりやすく説明されることが重要です。 いずれにせよ、営業上の都合により推奨範囲が不当に限定されるような形態については、顧客本位の業務運営の観点から問題となり得るものであり、引き続き、実態を踏まえたモニタリングを行うとともに、必要に応じて適切な対応を求めていきます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		として改めるべきとの考えか。 　また、現状では乗合代理店の大半が、「リーズ提供会社から提供された見込み客に対しては、特定の保険会社しか取り扱えない」ことが記載されたExcelファイルを社内で共有している。このようなファイルが存在していること自体が複数商品を比較推奨しているとは言えないと考えており、金融庁として今後は許すわけにはいかないと考えていると認識してよいか。	
561.	―	複数の保険代理店が共同して一つの保険販売を取扱う共同募集(A代理店:所属保険会社一社の専属代理店、B代理店:所属保険会社二以上の乗合代理店)において、比較推奨販売の要否は以下の理解でよいか。 　1.顧客に初めに保険募集を行うのがA代理店(専属)である場合、専属代理店であることを権限明示することにより、当該所属保険会社で加入する顧客の意思が明確となるため、共同募集を行うB代理店が乗合代理店であっても比較推奨販売は不要。 　2.顧客に初めに保険募集を行うのがB代理店(乗合)である場合、B代理店が複数の所属保険会社を有することを権限明示するとともに、比較可能な同種の保険契約がある限りにおいては、A代理店との共同募集を前提として比較推奨販売を行わないことは認められず、比較推奨販売が必要であり、その結果、A代理店の所属保険会社が選定された場合に限って共同募集を行うこととなる。	共同募集における比較推奨販売の要否については、専属代理店、又は乗合代理店のいずれが先に顧客対応を行ったかのみで決まるものではなく、各代理店の顧客の意向形成への関与の度合い、顧客への説明・提案の実態等を踏まえて個別具体的に判断されます。 　顧客が専属代理店から説明を受けたことのみをもって、直ちに当該保険会社の商品を希望する意思が明確になったとはいえず、その後、乗合代理店が比較推奨販売に関与する場合には、当該乗合代理店が取り扱う比較可能な同種の保険契約を前提に、顧客の意向に沿った適切な選別・提案を行う必要があります。 　したがって、専属代理店を先行させることにより、乗合代理店に係る比較推奨販売規制を回避し得る運用が行われる場合には、規制の潜脱として問題となり得ます。 　一方、乗合代理店が先に顧客対応を行い、比較可能な同種の保険契約が存在する場合には、顧客の意向に沿って適切に比較推奨販売を行う必要があります。その結果、専属代理店の所属保険会社等の商品が選別・提案され、共同募集を行うこと自体は否定さ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			れるものではありません。
562.	Ⅱ－4－2－9(5)	現在、共同募集における非幹事会社として複数保険会社に乗り合っている。今後、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの撤廃に伴い、非幹事分の保険商品についてもエンドユーザーである顧客に対してご案内する義務が発生するのか。 義務が発生する場合、非幹事分の商品内容について現状募集人が精通していないとき、 ・商品が多すぎる場合にお客様へ混乱を招くリスク(CS低下リスク、募集時の事故リスク) ・商品管理が煩雑、教育訓練の手間暇(経営リスク) などのリスクも想定される。 非幹事を解消したくとも、形態上困難な場合もある。	保険募集人(乗合代理店)には、法令に基づき、自らの所属保険会社等の保険商品について、顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められており、この点は幹事代理店・非幹事代理店の別によって変わるものではありません。そのため、現在の体制整備の状況において、保険契約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った体制整備を見直すことが必要と考えます。
563.	Ⅱ－4－2－9(5)	共同募集を行う場合に双方が乗り合っている保険会社の提案を行おうとしたが、非幹事代理店が乗り合っていない保険会社を提案した方が顧客の利益になることが判明した。その場合、非幹事代理店が取扱っていない保険会社を提案する必要があるのか。 また、提案する必要がある場合、代理店分担をかけることができないが、共同募集先へ分担相当額の手数料を金員で支払うことは可能か。	共同募集については、保険業法上、独立した募集形態として特別に規定されているものではなく、複数の保険募集人が関与する実務上の募集形態であると考えられます。したがって、共同募集を行う場合であっても、各保険募集人において、権限明示、意向把握・確認、情報提供、比較推奨販売に係る説明等、同法及び監督指針上で求められる義務を適時・適切に履行する必要があります。 このうち、意向把握を行う場合は、顧客の意向が募集過程において変わり得ることを踏まえつつ、共同かつ一連の保険募集の中で適切かつ丁寧に意向把握を行う必要があります。 比較推奨販売を行う乗合代理店において、自ら取り扱う比較可能な同種の保険契約の中に、顧客の意向に適合すると判断される

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			商品がある場合には、共同募集先が当該商品を取り扱っていないことのみを理由に、当該商品を比較・推奨の対象から除外することは適切とはいえません。 　また、共同募集先が取り扱わない保険契約を提案する場合における金員の支払いについては、当事者間において判断されるべき事項であり回答することは困難です。 　いずれにしても、共同募集の枠組みを用いて顧客の適切な商品選択の機会を阻害し、又は比較推奨販売規制を潜脱するようなものであってはならないと考えます。また、関係法令及び監督指針を遵守し、公正な保険募集を確保することが重要であると考えます。
564.	Ⅱ－4－2－9(5)	1.取り扱い会社数の多い代理店の説明責任について 　複数の代理店が共同募集を行う場合、各代理店が取り扱う保険会社数に差異があるケースが想定される。 　例えば、A代理店が10社を取り扱い、B代理店が3社を取り扱う場合、A代理店はより多くの選択肢を顧客に提供できる立場にある。 　このような状況においては、取扱会社数の多い代理店が、代理店登録者としての責任に基づき、自ら顧客に対して直接商品説明を行うべきであると考える。 　顧客本位の原則に照らすと、最も広い選択肢を提供できる代理店が説明を行うことが、顧客の最善利益に最も適うためである。 　2.取り扱い会社数の少ない代理店の位置づけについて 　一方で、取扱会社数が少ない代理店が共同募集に参加す	貴重なご意見として承ります。 　共同募集については、保険業法上、独立した募集形態として特別に規定されているものではなく、複数の保険募集人が関与する実務上の募集形態であると考えられます。したがって、共同募集を行う場合であっても、各保険募集人において、権限明示、意向把握・確認、情報提供、比較推奨販売に係る説明等、関係法令及び監督指針上求められる義務を適時・適切に履行する必要があります。 　このうち、意向把握を行う場合は、顧客の意向が募集過程において変わり得ることを踏まえつつ、共同かつ一連の保険募集の中で適切かつ丁寧に意向把握を行う必要があります。 　共同募集における説明責任の所在については、取扱保険会社数の多寡のみで決まるものではなく、各保険募集人の顧客の意向形成への関与の度合い、顧客への説明・提案の実態等を踏まえて個

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		る場合、その代理店が提供できる選択肢は限定的であり、顧客にとって最適な商品が含まれない可能性がある。 その結果として契約に至らない場合は、市場競争の結果として当該代理店が甘受すべきものと考える。 顧客本位の原則は、代理店間の収益機会の均等よりも、顧客に最適な選択肢が提示されることを優先すべきであるためである。 3.共同募集における説明主体の明確化について 共同募集において、取扱会社数の少ない代理店が説明主体となることで、本来提示できたはずの選択肢が顧客に届かない場合、顧客の最善利益義務に反する可能性がある。 したがって、共同募集における説明主体は、取扱会社数の多い代理店が担うべきであるという点を、監督指針またはQ&A等で明確化いただきたい。	別具体的に判断されます。 いずれにせよ、共同募集においても、顧客の適切な商品選択の機会が実質的に確保されるよう、各保険募集人の役割分担を明確にし、顧客に分かりやすく説明することが重要です。
565.	―	金融機関本体代理店における火災保険の販売について、比較推奨販売ルールの実務上の取扱いに関する考え方を整理したい。 一部の金融機関代理店においては、複数の保険会社(A～D社とする)と代理店委託契約を締結しているものの、そのうち一社(A社)を引受幹事保険会社とする共同保険スキーム(B～D社は非幹事保険会社)を採用しており、幹事社及び引受割合はいずれも当該金融機関が定めている。また、当該共同保険スキームは業界において一定程度確立した制度である。 当該金融機関では、実際に販売対象とする保険契約につ	乗合代理店における比較推奨販売の対象となる保険契約の範囲は、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により決定されるものであり、乗合代理店自身の判断(理由等)により、あらかじめ、代理店委託契約と切り離して取扱商品ラインナップを定め、販売対象となる保険契約を選定・決定することは適切ではありません。 したがって、代理店が社内の取扱商品ラインナップを独自に定めることのみをもって、代理店委託契約上取り扱うことが可能な保険契約を比較推奨販売の対象外とすることは適切ではありません。 なお、乗合代理店において推奨販売が必要か否かは、代理店委

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		いて、取扱商品一覧の作成や販売マニュアル等の整備を行っている。 　このような実態を踏まえ、以下の点について確認したい。 　1.代理店委託契約を締結していることと、実際に金融機関の取扱商品ラインナップに当該保険商品を含めるか否かとを、切り離して考える取扱いは可能か。 　2.仮に1.が認められない場合であっても、特定の保険契約を取扱商品ラインナップに含めないことについて、当該保険会社との間で合意がなされている場合には、委託契約書に縛られることなく、当該保険契約を「取扱いを行わない保険契約」として整理することは可能か。 　3.仮に1.が認められる場合において、当該取扱商品ラインナップの中に「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在しない場合には、結果として一社分(幹事社を引受保険会社とする契約)のみを提案する取扱いとしても、比較推奨販売ルール上問題は生じないと理解してよいか。	託契約又はこれに基づく覚書等において取り扱うこととされている保険契約の中に「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか否かで判断するものであり、顧客の意向の把握過程において把握しようとする顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、当該保険契約が「比較可能な同種」のものと言えるかについて、個別具体的に判断される必要があります。 　いずれにせよ、顧客の適切な商品選択の機会を阻害することがないよう留意し、顧客に対しては、取扱保険会社・保険契約の範囲について誤認を与えないよう適切に説明するなど留意する必要があります。
566.	Ⅱ－4－2－9(5)	代理店が特定種目の共同保険を販売するためだけに複数の保険会社に乗り合っているケースにおいて、保険会社と共同保険における非幹事会社としてしか取り扱わないことについて、代理店委託契約書や覚書を締結しているケースがある。 　このようなケースにおいて、取扱可能な保険契約についての保険会社の教育・管理・指導のもと、代理店として当該保険会社の保険契約を共同保険における非幹事会社と	特定の保険会社間で共同保険を組成していることをもって、これらの保険会社を所属保険会社等とする保険代理店が直ちに比較推奨販売規制の対象外となるものではありません。比較推奨販売の対象となるか否かは、代理店委託契約又はこれに基づく覚書等において定める取扱契約や取扱範囲等によって判断する必要があります。 　なお、代理店委託契約で取り扱う保険契約の範囲を明確にした上で、貴見にある体制整備や措置も重要であると考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		してのみ取り扱うことを保険募集人に徹底する等体制を整備する等の対応を行っている限りにおいては、当該保険会社の保険契約を比較可能な同種の保険契約から除外することが可能との理解でよいか。	また、乗合代理店において推奨販売の要否を判断するに当たっては、保険募集人が顧客の意向の把握過程において把握しようとする顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、当該保険契約が「比較可能な同種」のものと言えるかについて、個別具体的に判断される必要があります。具体的には、顧客の具体的な意向、保険契約の対象となるリスクの種類及び保険給付の内容、保険契約の特性・類型等を踏まえつつ、個別具体的かつ実質的に判断されるべきものと考えられます。 加えて、保険会社との代理店委託契約又はこれに基づく覚書等により、当該保険契約を共同保険の非幹事会社としてのみ取り扱う旨を明確に定め、結果として二以上の比較可能な同種の保険契約が存在しない場合には、推奨販売の対象外となり得ると考えられます。
567.	Ⅱ－4－2－9(5)	銀行等における保険販売に際し、複数の保険会社が共同保険として保険を引き受ける場合であって、あらかじめ幹事保険会社、非幹事保険会社及び当該銀行等(代理店)との間で、引受形態について合意が形成されている場合には、非幹事保険会社の保険契約について、当該銀行等においては商品提供を受けていないものと整理しても差し支えないとの理解でよいか。	
568.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止に伴い、同号ロに係る監督指針が改正されることを踏まえ、比較推奨販売における情報提供の要否について考え方を整理させていただきたい。 例えば、企業包括保険等の共同引受保険においては、企業が求める一定の要件に基づき設計された特定の保険契約を、複数の損害保険会社が分担して引き受けるものであり、比較推奨販売には馴染まないものと考える。 このような共同保険については、比較推奨販売を前提とした情報提供の対象外と理解してよいか。	一般論として、企業向け保険の共同保険は個別性が高いものの、共同保険であることのみをもって、直ちに比較推奨販売の対象外となるものではありません。 当該保険について、推奨販売の要否を判断するにあたっては、保険募集人が、顧客の意向の把握過程において、把握しようとする顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、当該保険契約が「比較可能な同種」のものと言えるかについて、個別具体的に判断される必要があります。具体的には、顧客の具体的な意向、保険契約の対象となるリスクの種類及び保険給付の内容、保険契約の特性・類型等を踏まえつつ、個別具体的かつ実質的に判断されるべきものと考えられます。
569.	Ⅱ－4－2－9(5)	新種保険やスペシャリティ保険(例：工事保険、保証保	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		険、企業向け火災保険)については、専門性が高く、各保険会社の引受方針(特定リスクの引受不可、共同保険幹事としての引受不可等)や提供可能なキャパシティ、承認に要する期間等に大きな差異が存在する。このため、全ての保険会社が一律かつ同時に引受可否の判断を行うことが困難な保険種目がある。 このような保険について、個人向け保険契約と同様の意向把握プロセスを一律に求めることは、実務の実態との乖離が生じるおそれがある。 また、キャパシティ確保の観点から共同保険による引受けを行う場合には、各保険会社の特性や案件ごとの引受条件を踏まえて保険料率や補償内容が決定されるが、このような場合においても、比較推奨販売を前提とした意向把握プロセスに沿った対応が求められるという理解でよいか。 これらの新種保険・スペシャリティ保険について、比較推奨販売の適用除外とする特例や、ガイドライン等が示される予定はないのか。	顧客の意向や保険契約の特性等によって、比較推奨販売の適用除外となるか否かは異なるため、一律にガイドライン等において定めることは困難です。
570.	Ⅱ－4－2－9(5)	今回予定されている「乗合代理店における比較説明・推奨販売に係る保険業法施行規則の改正」は、新規契約に限らず、更改契約についても適用されるのか確認したい。 いずれにも適用される場合、新規契約と更改契約では、顧客の当初の意向や顧客が乗合代理店に求める対応が全く異なるため、監督指針の項目を別にする等明確化していただきたい。	新規契約の保険募集か否かに関わらず、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否は、顧客の意向に照らしつつ、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか、保険契約を選別・提案するものであるかどうかによって個別具体的に判断される必要があります。 Ⅱ－4－2－9(5)についても、このような考え方を前提として、様々な保険募集の場面において満たすべき基本的な考え方を示したものであり、監督指針に満期到来時における保険募集のため

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			の別途の項目を設けることは予定しておりません。
571.	Ⅱ－4－2－9(5)	更改手続きにおいて、手続き漏れによる無保険状態の回避等を目的として、保険会社から契約者宛てに直接満期案内を行っている。 当該満期案内に更改手続きの具体的な方法が掲載されており、契約者は自らの意思でその案内に従い、更改手続きを完了させることがある。この場合において、取扱代理店が保険募集に関与しないときは、当該代理店における情報提供義務・意向把握義務の対象外と考えてよいか。 一方、取扱代理店が保険募集に関与するときであっても、満期案内に基づく更改手続時において、顧客が既契約の更改を希望する場合には、契約者自らが当該保険契約を指定したと考えられることから、顧客の保険会社選択の意思が明確なケースとして、比較推奨販売の対象外と考えてよいか。	保険会社が保険契約者に対し、無保険状態の回避等を目的として満期案内を直接送付し、取扱代理店が継続手続に係る保険募集に関与しない場合には、当該代理店に保険業法上の情報提供義務及び意向把握・確認義務が課されるものではありません。 一方、取扱代理店が継続手続に関与する場合には、その関与の内容・態様に応じて、情報提供義務及び意向把握・確認義務等を適切に履行する必要があります。 その上で、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに同法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 ただし、当該判断が顧客の主体的判断に基づくものか、又は保険募集人による恣意的な誘導が行われていないかは、個別具体的に判断されます。 また、乗合代理店が継続手続に関与する過程で、他の保険契約との比較説明を行う場合には同号イを、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険契約を選別・提案する場合には同号ロを踏まえた対応が必要です。 なお、顧客が表明した意向、保険募集人が案内・説明した内容等については、事後的に確認・検証できるよう、適切に記録・保存することが重要です。
572.	Ⅱ－4－2－9(5)	「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・	「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.64によれば、保険業法施行規則第227条の2第3項第3号ニ・同条の2第11項第2号との関係で、満期を迎えた保険契約の更改契約について、「例えば、短期の損害保険契約について、当該契約が満期を迎えたことにより、当該契約を更改する場合には、基本的には「既契約の一部の変更をすることを内容とする保険契約」に該当するものと考えられます。」との考え方が明らかにされているが、今般の改正によって上記各規則は改正されない以上、当該考え方に変わりはないという理解でよいか。 　その場合、乗合代理店による短期の損害保険契約の更改時の募集が「既契約の一部の変更をすることを内容とする保険契約」の範囲内のものであれば、比較推奨販売を行う必要がないという理解でよいか。	針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.64については、考え方に変更はありません。 　すなわち、短期の損害保険契約の満期が到来した場合において、その時点における顧客の意向が適切に把握・確認された結果として、「当該契約を更改する」という判断に至ったことにより締結される保険契約は、基本的には「既契約の一部の変更をすることを内容とする保険契約」に該当すると考えられます。 　ただし、既契約の満期が到来する場合において、顧客から具体的な意向が示されていない中、乗合代理店が案内(保険募集)を行う時点においては、既契約と同条件又は同等の補償条件であることのみをもって、当然に比較推奨販売に係る規定の適用対象外となるものではありません。保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか、保険契約を選別・提案するものであるかどうかによって個別具体的に判断される必要があります。 　その上で、短期の損害保険契約については、その特性を踏まえると、当該契約の満期が到来することに伴い、乗合代理店において、既契約と同条件又は補償内容がほぼ変わらないプランの案内(保険募集)が行われたとしても、直ちに保険契約者等の保護に欠けるものとは言えず、一概に否定されるものではないと考えます。ただし、その場合であっても、他の保険契約の提案を望む顧客も存在すると考えられることから、乗合代理店として意向把握・確認義務を適切に履行するための対応として、顧客の希望に応じて他の保険契約を提案できることを明示すること、及び顧客

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			のリスク状況や意向を適切に把握できるよう工夫して案内(保険募集)することが求められると考えます。
573.	Ⅱ－4－2－9(5)	「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.64によれば、保険業法施行規則第227条の2第3項第3号ニ・同条の2第11項第2号との関係で、満期を迎えた保険契約の更改契約について、「例えば、短期の損害保険契約について、当該契約が満期を迎えたことにより、当該契約を更改する場合には、基本的には「既契約の一部の変更をすることを内容とする保険契約」に該当するものと考えられます。」との考え方が明らかにされているが、「既契約の一部の変更をすることを内容とする保険契約」には、必ずしも前年同条件でなくても、例えば既契約の補償条件や保険料が大きく変わらない程度の保険契約も含まれるという理解でよいか。	「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.64については、今般の改正により考え方を変更するものではありません。 すなわち、短期の損害保険契約の満期が到来した場合において、その時点における顧客の意向が適切に把握・確認された結果として、「当該契約を更改する」という判断に至ったことにより締結される保険契約は、基本的には「既契約の一部の変更をすることを内容とする保険契約」に該当すると考えられます。 また、前年同条件でない場合であっても、既契約の補償内容、保険料水準、保険期間、保険金額、特約等の変更内容・程度に照らし、既契約の一部変更と評価できる程度の変更であるときには、「既契約の一部の変更をすることを内容とする保険契約」に該当します。一方、補償内容その他の契約条件が大幅に変更され、実質的に新契約と評価される場合には、「既契約の一部の変更をすることを内容とする保険契約」には該当しないものと考えられます。 なお、「既契約の一部の変更をすることを内容とする保険契約」に該当するかどうかについては、満期を迎える保険募集時に把握した顧客の意向や契約内容等を踏まえ、個別具体的に判断されます。また、変更部分については、適切な情報提供が必要であり、実質的な変更がある場合には、変更内容・程度に応じて意向把握・

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			確認を適切に行う必要があります。
574.	―	乗合代理店による短期の損害保険契約の更改時には、 (1)前年同条件ないしほぼ補償内容が変わらないプランに加えて、 (2)補償内容を充実させるプランも、同時案内を行う場合がある。 その際、(2)が「既契約の一部を変更することを内容とする保険契約」の範囲内のものであれば、そもそも比較推奨販売を行う必要がないと理解している。 これに対して、(2)が「既契約の一部を変更することを内容とする保険契約」の範囲内と言えないものであったとしても、単なる更改案内時点では未だ保険募集を行っていないのであれば、その段階では比較推奨販売が求められないという理解でよいか。 また、上記案内後に既契約者から(2)を希望するという意向が確認された場合は、既契約者の判断のみにより既契約の引受保険会社の保険契約が指定されたと考えられるため、それ以降も比較推奨販売が求められないという理解でよいか。	既契約の満期が到来する場合において、顧客から具体的な意向が示されていない中、乗合代理店が行う案内(保険募集)が既契約と同条件又は同等の補償条件であることのみをもって、当然に比較推奨販売に係る規定の適用対象外となるものではありません。保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか、保険契約を選別・提案するものであるかどうかによって個別具体的に判断される必要があります。 その上で、短期の損害保険契約については、その特性を踏まえると、当該契約の満期が到来することに伴い、乗合代理店において既契約と同条件又は補償内容がほぼ変わらないプランの案内(保険募集)が行われたとしても、直ちに保険契約者等の保護に欠けるものとは言えず、一概に否定されるものではないと考えます。ただし、その場合であっても、他の保険契約の提案を望む顧客も存在すると考えられることから、乗合代理店として意向把握・確認義務を適切に履行するための対応として、顧客の希望に応じて他の保険契約を提案できることを明示すること、及び顧客のリスク状況や意向を適切に把握できるよう工夫して案内(保険募集)することが求められると考えます。 なお、上記の案内(保険募集)時に「補償内容を充実させるプラン」を含め得るかどうかについては、既契約の契約内容や提案しようとする契約内容等を踏まえ、個別具体的に判断されるべきものであり、一概にお答えすることは困難です。いずれにせよ、同号ロに係る対応の要否は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			が存在するか、保険契約を選別・提案するものであるかどうかによって個別具体的に判断される必要があります。 　また、既契約の満期に伴う顧客への案内が保険募集に該当するか否かについては、具体的な補償内容の提案・勧誘を伴うものかなど、案内の内容や表示方法等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断される必要があります。 　その上で、保険募集人による選別・提案を実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに同号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。
575.	―	既存契約の更改において、保険会社から送付される満期案内においては、通常、前契約と同条件のプランに加え、補償を見直し・変更したプランも併せて提示されている。 　基本的に既存契約と同条件での更改手続きは、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」の通り、比較推奨販売の対象から外れるものと理解しているが、見直し・変更されたプランで契約する場合も、顧客から特段の他社との比較要望が無い限り、比較推奨の対象から外れるものと理解しているが相違ないか。 　顧客が継続加入を前提としている場合は、顧客による保険会社の特定がされており、その中でのプラン変更(特約付加等)の提案は、補償内容が見直し・変更されたとして	保険会社が保険契約者に対し満期案内を直接送付し、取扱代理店である乗合代理店が継続手続に係る保険募集に関与しない場合には、当該代理店に保険業法上の情報提供義務及び意向把握・確認義務が課されるものではありません。 　一方で、乗合代理店が案内(保険募集)を行う場合には、既契約と同条件の保険募集であることのみをもって、当然に比較推奨販売に係る規定の適用対象外となるものではありません。 　既契約の満期が到来する場合において、顧客から具体的な意向が示されていない中、乗合代理店が行う案内(保険募集)が既契約と同条件又は同等の補償条件で行われる場合においても、同法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否は個別具体的に判断される必要があります。 　その上で、短期の損害保険契約については、その特性を踏まえると、当該契約の満期が到来することに伴い、乗合代理店におい

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		も、新たな契約というよりも、既存契約に関する「情報提供義務」の履行または契約内容のメンテナンスとしての性質と考えている。	て、既契約と同条件又は補償内容がほぼ変わらないプランの案内(保険募集)が行われたとしても、直ちに保険契約者等の保護に欠けるものとは言えず、一概に否定されるものではないと考えます。ただし、その場合であっても、他の保険契約の提案を望む顧客も存在すると考えられることから、乗合代理店として意向把握・確認義務を適切に履行するための対応として、顧客の希望に応じて他の保険契約を提案できることを明示すること、及び顧客のリスク状況や意向を適切に把握できるよう工夫して案内(保険募集)することが求められると考えます。 　また、顧客から他社比較の要望がないことのみをもって、一律に比較推奨販売に係る対応が不要となるものではありません。保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに同号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。
576.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店が短期の損害保険契約(以下「既存契約」という。)の更改手続を担当する際に、保険契約者が既存契約の更改を希望する場合は、比較推奨販売の対象外になるという理解でよいか。 　また、乗合代理店として保険契約者が既存契約の更改を希望することを確認できた場合は、乗合代理店から既存契約の更改手続を進める際に既存契約にない新たな特約等を付帯した補償充実プランを提案することも許容されるという理解でよいか。	保険募集人は、短期の損害保険契約の満期到来に伴う保険募集を行う場合においても、顧客が適切な理解に基づき、自主的に既契約の継続の要否や内容を判断できるよう、顧客のリスク特性や意向が変化している可能性にも留意しつつ、顧客の意向を適切に把握し、当該意向に沿った提案・説明を行う必要があります。 　その上で、保険募集人による選別・提案を実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに保険業法施行規則第227

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。ただし、当該判断が顧客の主体的判断に基づくものか、又は保険募集人による恣意的な誘導が行われていないかは、個別具体的に判断されます。また、乗合代理店が継続手続に関与する過程で、他の保険契約との比較説明を行う場合には同号イを、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険契約を選別・提案する場合には同号ロを踏まえた対応が必要です。 　また、上記の場合において、顧客のリスク状況や意向を踏まえつつ、既契約にない特約等を付加した補償充実プランを案内・提案すること自体は、直ちに否定されるものではありません。ただし、当該補償充実プランを提示・推奨する場合には、その内容、既契約との差異、保険料への影響、主な留意点等を分かりやすく説明する必要があります。また、当該提案を行うことで、実質的に他の保険契約が「比較可能な同種の保険契約」になり得る場合には、他の選択肢があることを説明することや、顧客に追加的な意向を確認するなど、顧客の適切な商品選択の機会が実質的に阻害されないよう、適切な対応を行うことが重要と考えます。
577.	Ⅱ－4－2－9(5)	火災保険等の満期更改手続きにおいて、同条件での更改であれば比較推奨販売は不要と考えているが、実務上は同条件プランに加え、補償拡充プランやおすすめプランを併せて案内するケースが一般的である。こうした案内は保険会社作成・保険代理店作成を問わず同様の内容と考えられる。また、商品改定により完全に同条件での更改ができない場合もある。 　この点につき、以下の2点について確認したい。	例えば、既契約の満期が到来する場合において、顧客から具体的な意向が示されていない中、乗合代理店が行う案内(保険募集)が既契約と同条件又は同等の補償条件であることのみをもって、当然に比較推奨販売に係る規定の適用対象外となるものではありません。保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか、保険契約を選別・提案するものであるかどうかによって個別具体的に判断される必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		①「同条件」を「同等の補償条件」と読み替えることは可能か ②同条件を前提とした補償拡充プランを満期更改時に郵送等で追加提案する行為に問題はないか	その上で、例えば、短期の損害保険契約については、その特性を踏まえると、当該契約の満期が到来することに伴い、乗合代理店において、既契約と同条件又は補償内容がほぼ変わらないプランの案内(保険募集)が行われたとしても、直ちに保険契約者等の保護に欠けるものとは言えず、一概に否定されるものではないと考えます。ただし、その場合であっても、他の保険契約の提案を望む顧客も存在すると考えられることから、乗合代理店として意向把握・確認義務を適切に履行するための対応として、顧客の希望に応じて他の保険契約を提案できることを明示すること、及び顧客のリスク状況や意向を適切に把握できるよう工夫して案内(保険募集)することが求められると考えます。 なお、上記の案内(保険募集)を郵送で行うこともあり得ると考えますが、顧客とのやり取りが一度に限られる場合、顧客のリスク状況や意向の変化が捉えにくいものであることに留意し、適切な意向把握が行えるよう特に工夫する必要があると考えます。 また、当該案内(保険募集)時に「補償拡充プラン」を含め得るかどうかについては、既契約の契約内容や提案しようとする契約内容等を踏まえ、個別具体的に判断されるべきものであり、一概にお答えすることは困難です。いずれにせよ、同号ロに係る対応の要否は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか、保険契約を選別・提案するものであるかどうかによって個別具体的に判断される必要があります。
578.	Ⅱ－4－2－9(5)	満期更改で「現在と同じ会社の商品でいい」と言われた場合でも、商品改定や重要事項等に変更がある場合は、その内容を伝え、意向を確認する必要があるという理解でよ	既契約が満期を迎える場合において、顧客が「現在と同じ会社の商品でよい」と述べた場合であっても、商品改定や重要事項の変更等により契約内容に実質的な変更が生じる場合には、その変

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		いか。あるいは新規契約と同様に意向把握プロセスを踏む必要があるのか確認したい。	更内容及び程度に応じて、必要な情報提供及び意向把握・確認を適切に行う必要があります。 例えば、保険金額、保険期間、補償範囲、特約、免責、保険料水準、主な不利益事項等に実質的な変更がある場合には、顧客が当該変更を理解した上で契約継続の要否を判断できるよう、分かりやすく説明するとともに、当該変更内容を踏まえた顧客の意向を適切に把握する必要があります。 したがって、常に新規契約と同一の意向把握プロセスを一律に求めるものではありません。既契約の内容、変更の有無・程度、顧客の具体的な意向等を踏まえ、変更内容に応じた適切な方法により情報提供及び意向把握・確認を行うことが重要です。
579.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9－(5)においては、複数の保険契約を比較し、特定の保険契約を推奨する場合の説明の在り方が示されているが、ここでいう「比較推奨販売」には、既存契約の更新(更改)時において、同一の保険契約又は複数の保険契約を比較した上で契約継続を勧奨する場合も含まれるのかについて、ご教示いただきたい。 特に、契約更新時において、以下の2点について、「比較推奨販売」として本指針の対象となるのかご教示いただきたい。 ・従前の契約内容と更新後の契約内容を比較した上で継続を勧奨する場合 ・同一保険会社内の保険契約や、他社の保険契約との比較を行った上で更新又は切替を勧奨する場合 また、更新時の比較が形式的なものにとどまる場合や、	既契約の満期到来に伴う保険募集であることのみをもって、当然に比較推奨販売に係る規定の適用対象外となるものではありません。 乗合代理店が保険募集を行う場合において、保険契約の契約内容を他の保険契約と比較して説明する場合には、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イ(比較説明)を踏まえ、顧客が正確に判断できるよう適切に説明する必要があります。 したがって、提案する満期後の保険契約の内容と既契約の内容とを比較して説明する場合、又は同一保険会社の保険契約若しくは他の保険会社の保険契約と比較して更新・切替を勧奨する場合には、更新時であったとしても同号イの適用対象となります。 また、更新時に、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から、顧客の意向に沿って単一又は複数の保険契約を選別・提案する場合には、同号ロ(推奨販売)に基づき、当該保険契約の概要

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		顧客から特段の比較要請がない場合においても、本監督指針の趣旨を踏まえた説明が求められるのかについて、併せてご教示いただきたい。	及び提案する基準や理由等を説明する必要があります。 なお、同号イ又はロの規定は、更新時の比較が形式的なものである場合や、顧客から特段の比較要請がない場合であっても、比較説明又は選別・提案が行われるときには適用されます。
580.	Ⅱ－4－2－9(5)	継続契約については、乗合代理店として、あらかじめ所属保険会社等の商号などを明らかにしたうえで、「昨年契約した保険会社で更改することを希望しているか」を顧客に確認し、前契約の保険会社での継続の意向が確認できたようなケースにおいては、顧客の保険会社選択の意思が明確なケースとして、比較推奨販売の対象外と理解してよいか。	既契約の満期到来時においても、保険募集人は、顧客が適切な理解に基づき、自主的に既契約の継続の要否や内容を判断できるよう、顧客のリスク特性や意向が変化している可能性にも留意しつつ、既契約の内容・特性等に応じて、顧客の意向を適切に把握し、当該意向に沿った提案・説明を行う必要があります。 また、既契約の満期が到来する場合において、顧客から具体的な意向が示されていない中、乗合代理店が行う案内(保険募集)が既契約と同条件又は同等の補償条件であることのみをもって、当然に比較推奨販売に係る規定の適用対象外となるものではありません。保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか、保険契約を選別・提案するものであるかどうかによって個別具体的に判断される必要があります。 その上で、短期の損害保険契約については、その特性を踏まえると、当該契約の満期が到来することに伴い、乗合代理店において、既契約と同条件又は補償内容がほぼ変わらないプランの案内(保険募集)が行われたとしても、直ちに保険契約者等の保護に欠けるものとは言えず、一概に否定されるものではないと考えます。ただし、その場合であっても、他の保険契約の提案を望む顧客も存在すると考えられることから、乗合代理店として意向把
581.	Ⅱ－4－2－9(5)	損害保険における比較推奨販売について、更改契約は今まで通り契約意思の確認ができれば、比較推奨販売の対象外と理解してよいか。	
582.	－	比較推奨について、お客様が前契約と同一の保険会社で継続を希望する場合、比較推奨を行う必要はないと考えて良いか。	
583.	－	乗合代理店において更改契約を行う場合、現契約内容が顧客の意向に沿っていると顧客に確認できたことを推奨理由として同一保険会社の保険契約で更改することは問題ないと考えてよいか。	
584.	Ⅱ－4－2－9(5)	既契約の更新を契約者が希望する場合は、比較推奨販売は不要という理解でよいか。	
585.	－	更改契約において、顧客から「前契約と同じ保険会社、	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		同じ補償内容で良い」という意向が示された場合、比較推奨販売のプロセスは求められず、顧客が特定の保険契約を指定しているという整理で問題ないか。	握・確認義務を適切に履行するための対応として、顧客の希望に応じて他の保険契約を提案できることを明示すること、及び顧客のリスク状況や意向を適切に把握できるよう工夫して案内(保険募集)することが求められると考えます。 この場合において、保険募集人による選別・提案を実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに同号ロに係る対応が必要となるものではありません。 ただし、保険募集の過程において、他の保険契約との比較説明を行う場合には同号イを、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険契約を選別・提案する場合には同号ロを踏まえた対応が必要となります。 また、顧客が表明した意向や保険募集人が案内・説明した内容等については、事後的に確認・検証できるよう、適切に記録・保存することが重要です。
586.	Ⅱ－4－2－9(5)	当社はコールセンターにより損害保険の更改作業(同一損害保険契約への継続)を行っているが、顧客が前年と同じ保険会社での更新を希望される場合は、比較推奨販売は不要という理解でよいか。	
587.	Ⅱ－4－2－9(5)	損害保険の対面募集等の場合であっても、顧客が前年と同じ保険会社での更改を希望した場合は比較推奨販売は不要という理解でよいか。	
588.	Ⅱ－4－2－9(5)	更改契約については、顧客に複数社比較の意向がない場合、「原則として現在加入している保険会社のみを案内する」対応で問題ないことを確認したい。 その理由として、更改契約は、過去の契約や対応に満足していることなどにより、客観的データや比較によらない顧客意向も多く、比較推奨販売に必ずしも適さない側面が極めて多いと考えるためである。 特に更改契約については、募集形態として電話やデジタル手続きなどの非対面募集も多く、比較推奨販売が必須化された場合でも、形骸化する可能性が高いと考える。	
589.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止及び同号ロの改正に対する監督指針の改正に関して、既保険契約の更新において、顧客が保険会社の変更を求めていない場合、二以上の比較可能な同種の保険契約の提示は必要な	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		いと理解してよいか。	
590.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2について、既存契約の更新/更改や追加契約の提案の際の情報提供義務についてはどの程度詳細な説明が必要か伺いたい。 既存契約を持つ顧客に対しては、既存契約の更新/更改、もしくは既存契約と同様の引受保険会社の商品を提案することが実務上の通例であったと考えるが、今後の監督指針改正後の情報提供義務においても同様に、既存契約を基準に推奨を行うことは問題ないか。既存契約を持たない顧客への新契約の提案と同様に、既存契約とは異なる他の保険会社の同等のプランと比較したうえで推奨を行うことが求められるのか。 後者の場合、各契約の更新/更改の都度、同様の業務負荷が全顧客に発生するため、実務上は困難であると考える。	
591.	Ⅱ－4－2－9(5)	満期更新時においては、既に商品選択が行われており、同一の保険会社を選択する意向が高いと推定されることから、同じ保険会社の保険契約を単独で推奨することで問題ないか。 また、満期更新時においては、商品選択の余地がなく保険契約を提示・推奨することになると考えられることから、「顧客の求めに応じて」行う「当該提示・推奨する基準や理由等」については、「商品選択の余地がない」という理由を説明することで問題ないか。 なお、別の保険会社の保険契約の提示を求める等の顧客意向が示された場合は、当然にそれら保険契約の概要又は	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		保険契約の内容の説明をすることを前提とする。	
592.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロにおいて、契約を更新する旨の意思確認を行った時点で顧客が「既契約保険会社を起用し、既契約と同保険条件での契約更新」を希望した場合は、当該保険契約を推奨販売することで問題ないか。またこのような事象において、どのような証跡が必要か。	
593.	－	既存契約の更新手続きの際、顧客に既存契約に不満がない場合は、比較推奨販売は不要と考えてよいか。その場合、顧客に既存契約に不満がないこと、契約内容を理解していることの確認は乗合代理店側で記録にとどめることで足りると考えてよいか。	
594.	Ⅱ－4－2－9(5)	契約更新にあたり顧客が同一の保険会社において同一条件での更新を希望する場合や、一時的に自動車を手放していた顧客が再度自動車を取得し、過去に契約していた保険会社での新規契約を希望する場合には、顧客の意向が明確に示されているものと解釈し、比較推奨販売の対象外と考えてよいか。	
595.	Ⅱ－4－2－9(5)	今回の改正が行われた後においても、契約の更新について、監督指針Ⅱ－4－2－2(3)③で示されている「意向把握・確認の適用除外」に変更はないとの認識でよいか。	Ⅱ－4－2－2(3)③については、今般の改正により変更するものではありません。
596.	Ⅱ－4－2－9(5)	継続契約に関して、前回の募集時以降に新たな所属保険会社が追加された場合において、権限明示の中で委託保険会社が追加されたことを説明した上で、前契約の保険会社	既契約の満期が到来することに伴う保険募集を行うときにおいて、新たな所属保険会社等が追加されている場合には、保険業法第294条第3項に基づく権限明示を適切に行い、所属保険会社等

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		での継続の意向が確認できたようなケースにおいては、顧客の意思が明確なケースとして比較推奨販売の対象外と考えてよいか。	が追加されたことについても顧客が適切に理解した上で保険募集が行われる必要があります。 この際、新たな所属保険会社等が追加された場合には、ご指摘のように、権限明示を適切に行うとともに、所属保険会社等が追加されたことを説明した上で、意向把握を適切に行うことが、顧客の適切な商品選択の機会を確保することに資する取組であると考えられます。 その上で、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約の継続を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに同法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 ただし、保険募集の過程において、他の保険契約との比較説明を行う場合には同号イを、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険契約を選別・提案する場合には同号ロを踏まえた対応が必要となります。
597.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険代理店が廃業し他の保険代理店に保険契約が継承され、顧客が更改時に保険会社の変更を希望せず、継続契約を締結する際に、保険代理店のみが変更となる場合、既に締結している保険契約の実質的な変更に当たらないと考えられることから、当該保険会社による更改を希望することが明確な場合においては、比較推奨販売を求められるものではないとの理解でよいか。	既契約の取扱代理店が変更されたとしても、そのことのみをもって、既契約の内容に実質的な変更があったことにはなりません。 したがって、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。
598.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店が別の代理店において取り扱う短期の損害保険契約(以下「既存契約」という。)が満期を迎えた既存	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		契約の更改を扱うケースにおいて、保険契約者が既存契約の更改(既存契約と同じ引受保険会社での更改)を希望する場合は、比較推奨販売の対象外になるという理解でよいか。	なお、承継先の代理店が乗合代理店である場合には、保険募集時において、同法第294条第3項に基づく権限明示を適切に行うとともに、顧客が既契約の継続の要否や内容を適切に判断できるよう、必要な情報提供及び意向確認を行う必要があります。 また、保険募集の過程で、他の保険契約との比較説明を行う場合には同号イを、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険契約を選別・提案する場合には同号ロを踏まえた対応が必要です。
599.	Ⅱ－4－2－9(5)	既契約の特約追加や乗換え提案においては、既に商品選択が行われており、同一の保険会社を選択する意向が高いと推定されることから、同じ保険会社を単独で推奨することで問題ないか。 また、既契約の特約追加や乗り換え提案においては、商品選択の余地がなく保険契約を提示・推奨することになると考えられることから、「顧客の求めに応じて」行う「当該提示・推奨する基準や理由等」については、「商品選択の余地がない」という理由を説明することで問題ないか。 なお、別の保険会社の保険契約の提示を求める等の顧客意向が示された場合は、当然にそれら保険契約の概要又は契約内容の説明をすることを前提とする。	既契約者に対する特約追加や乗換え提案であっても、既契約があることのみをもって、当然に「選択の余地がない」と整理して同一の保険会社の保険契約を提案することは適切ではありません。 顧客の意向やリスク状況は変化し得るため、保険募集人は、既契約の内容・特性を踏まえつつ、顧客の意向を適切に確認し、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否を個別具体的に判断する必要があります。 特に、乗合代理店が、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から同一保険会社の保険契約を選別・提案する場合には、単に「既契約と同じ保険会社であること」や「選択の余地がないこと」を説明するだけでは足りません。顧客のリスク状況や意向、既契約の内容、追加する特約又は乗換え後の保障(補償)内容、保険料水準、主な留意点等を踏まえ、合理的かつ一定の具体性をもって提案する基準や理由等を説明する必要があります。 また、顧客が他の保険会社の保険契約を希望する場合や、他の保険契約との比較説明を行う場合には、その意向又は説明内容に

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			応じて、同号イ又はロを踏まえた対応が必要です。
600.	Ⅱ－4－2－9(5)	更改契約に関して、以下の3点について伺いたい。 (1)「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.534では「顧客が既契約の更改を希望している場合には、比較推奨を行う必要はありません」と記載されているが、この考え方は今回の改正を経ても変わらないという認識で相違ないか。 (2)顧客が既契約の更改を希望しているかどうかの判断は、何によってなされるべきか。 (3)更改契約のタイミングにおいて、既契約の更改希望の有無を確認し、確認した結果を証跡として残す必要はあるか。	保険募集人は、顧客が適切な理解に基づき、自主的に満期時における既契約の継続の要否や内容を判断できるよう、意向把握や必要に応じた説明を行う必要があります。その際には、顧客のリスク特性や意向が変化している可能性にも留意しつつ、既契約の内容・特性等に応じて、顧客の意向を適切に把握し、当該意向に沿った提案・説明を行う必要があります。 その上で、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 上記の考え方は、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.89及びNo.534の考え方を変更するものではありません。 なお、当該判断が顧客の主体的判断に基づくものであるか、又はその過程において保険募集人による恣意的な誘導が行われていないかについては、個別具体的に判断される必要があります。 また、顧客の判断過程において、保険募集人が営業上の理由等により恣意的に誘導する行為は適切とはいえず、厳に慎む必要があると考えます。 このほか、保険募集の実務や保険契約の性質等を踏まえつつ、
601.	－	「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.534の考え方は、権限明示等をきちんと行う前提で引き続き踏襲されるとの理解で良いか。	
602.	－	継続契約の取扱いについては、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」での回答の通り、顧客が既契約の更改を希望する場合は、保険契約(保険会社)を選別するための意向把握も不要という理解で変更	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		がないか確認したい。	保険募集人によって適切な意向把握や情報提供が行われたことの事後確認や検証が可能となるよう、顧客への案内又は説明内容や、顧客が表明した意向を適切に証跡等として記録・保存することが必要と考えます。
603.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針 II－4－2－9(5)において、現在の保険会社の商品の継続で良い(既契約の更改を希望する)という意向の顧客には、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.534で記載されたとおり、比較推奨を行う必要がないということで良いか。	
604.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険契約の満期を迎える顧客への提案は、新規契約ではないため既存引受保険会社1社のみを提案すれば足りるという理解でよいか。	保険契約の満期を迎える顧客への提案であることのみをもって、当然に既存引受保険会社1社のみの提案で足りると判断されるものではありません。 顧客の意向やリスク状況は変化し得るため、保険募集人は、既契約の内容・特性を踏まえつつ、顧客の意向を適切に把握し、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否を個別具体的に判断する必要があります。 一方、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに同法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 ただし、保険募集の過程において、他の保険契約との比較説明を行う場合には同号イを、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険契約を選別・提案する場合には同号ロを踏まえた対応が必要となります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			また、顧客が既契約の継続の要否や内容を適切に判断できるよう、必要な情報提供及び意向確認を行う必要があります。
605.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険会社から満期を迎える顧客へ更改契約の提案書が郵送されていた(自動継続特約等)場合、保険代理店から既契約保険会社以外の提案を行う必要はあるか。	既契約の満期到来時において、既契約を引き受けている保険会社から、既契約者に対して既契約の継続に係る案内(保険募集)が行われている場合であって、乗合代理店が当該保険募集に関与していないときは、当該乗合代理店が既契約者に対して既契約を引き受ける保険会社以外の保険契約を提案することまでは法令上求められておりません。 なお、乗合代理店が顧客から既契約や満期後の保険契約に関する問合せを受けて保険募集を行う場合において、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 この場合には、保険契約の性質等を踏まえつつ、保険募集人によって適切な意向把握や情報提供が行われたことの事後確認や検証が可能となるよう、顧客への案内又は説明内容や、顧客が表明した意向を適切に証跡等として記録・保存することが必要と考えます。 なお、顧客の意向を把握するに当たっては、特定の保険会社又は特定の保険契約を前提として顧客の意向を形成し、又は恣意的に誘導することのないよう留意する必要があります。
606.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険会社から満期を迎える顧客へ更改契約の提案書が郵送されていた(自動継続特約等)場合において、顧客から乗合代理店に対して当該更改契約について問い合わせがあったが、他社検討の意思は示されなかった。乗合代理店は問い合わせがあった際に、既契約保険会社以外の提案を行う必要はあるか。	
607.	－	自動継続される旨の条項が定められた保険契約を締結している場合において、保険契約者と保険会社の双方から	保険会社又は保険募集人が、既存の保険契約が自動継続される旨を案内するにとどまり、保険募集に該当する行為を伴わない場

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		満期前に何らの申し出がなく、乗合代理店が既存の保険契約の自動継続を案内するだけであれば、保険募集を行うことにはならないため、比較推奨販売が求められないという理解でよいか。	合には、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号に係る対応は求められません。 ただし、当該案内の内容・態様が、契約内容の変更提案、保障(補償)拡充プランの提示、他契約との比較説明、又は特定の保険契約の選別・提案を伴う場合には、その実態に応じて、同号イ又はロを踏まえた対応が必要となり得ます。 また、自動継続となる場合であっても、保険契約の内容に重要な変更がある場合には、顧客が契約内容を適切に理解できるよう、必要な情報提供を行うことが重要です。
608.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険契約者から特段の意思表示がない場合に、前契約と同条件で更改することを前提とした特約(自動継続特約)を契約者に確認した上で契約手続時に付帯した保険契約については、保険会社が満期案内等を送付し、契約者から契約更改をしない旨や条件変更をする旨の意思表示がない限りにおいて、更改手続きを完了させることがある。この場合、取扱代理店は保険募集に関与しないと考えられることから、当該代理店は情報提供義務・意向把握義務の対象外と考えてよいか。	貴見のとおり、取扱代理店が当該自動継続に係る保険募集に関与していない場合には、当該代理店に保険業法上の情報提供義務及び意向把握・確認義務が課されるものではありません。 ただし、保険代理店が満期案内後の問い合わせ対応、条件変更の提案、継続手続の案内等を行う場合には、これらの行為が保険募集に該当するかをその内容・態様に応じて個別具体的に判断する必要があります。 その上で、保険代理店が継続手続に関与し、他の保険契約との比較説明を行う場合には同法施行規則第227条の2第3項第4号イを、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険契約を選別・提案する場合には同号ロを踏まえた対応が必要となります。 また、自動継続となる場合であっても、保険契約の内容に変更がある場合には、顧客が契約内容を適切に理解できるよう、必要な情報提供を行うことが重要です。
609.	Ⅱ－4－2－9(5)	自動車保険においては、更改手続き漏れによる無保険状	貴見のとおりです。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		態の回避や等級の継承(前契約に基づく保険料の割引率の適用)を目的として、取扱代理店が満期までに契約者と連絡が取れなかった場合などに、その後、一定期間内に契約者が継続手続きの申込みを行い、取扱代理店が更新意思確認書により契約者の契約更改意思を確認できた場合に限り、前契約の満期日に遡及して前契約と同一の契約条件で契約が締結されたものとみなす特約が存在する。 　このケースにおいては、契約者が前契約の保険契約での更改を希望していることが明らかであるため、当該代理店が申込みの受領(保険募集)を行うにあたっては、比較推奨販売の対象外と考えてよいか。	
610.	ー	現在加入中の保険証券を預かった時点で顧客のご意向を確認した場合、仮に満期日が1年後の場合は、満期時において証券を預かった時点の意向に基づいて保険契約を提案することでよいか。ただし、満期までに顧客の意向が変更された場合は、この限りではない。	既契約に係る顧客の意向を把握した場合に、その後の保険募集に当たり、当該意向を参考とすること自体は否定されません。 　もっとも、満期までの間に、顧客のリスク状況や意向が変化している可能性はあるものと考えられます。 　したがって、既契約の満期到来に伴う保険募集を行う際には、既契約の契約締結時における顧客意向のみをもって満期到来時の意向が確定しているものとして取り扱うのではなく、顧客のリスク状況や意向が変化している可能性にも留意しつつ、既契約の内容・特性等に応じて、顧客の意向を適切に把握し、提案・説明を行う必要があります。 　また、顧客が表明した意向、保険募集人が案内・説明した内容等については、事後的に確認・検証できるよう、適切に記録・保存することが重要です。
611.	ー	既に加入している損害保険について、満期継続案内の際	新規契約か否かに関わらず、保険募集を行う場合には、意向把

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		にも改めて意向を確認しなければならないのか。	握・確認義務が課せられることから、満期継続案内時に提案を行う場合には、保険契約者の意向を適切に確認する必要があります。 もっとも、過去の保険募集時に把握した意向を参考とすること自体は否定されません。ただし、満期までの間に顧客の生活環境、リスク状況、保険ニーズ等が変化している可能性があるため、既契約の契約締結時の意向のみをもって、満期到来時の意向が確定しているものとして取り扱うことは適切ではありません。 したがって、契約継続に係る保険募集を行う場合には、既契約の内容・特性、商品改定の有無、補償内容・保険料等の変更の有無を踏まえ、顧客が満期時における既契約の継続の要否及び内容を適切に判断できるよう、必要な情報提供及び意向確認を行う必要があります。 なお、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。
612.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店が、既にA保険会社との間で保険契約を締結している顧客に対して、A保険会社の保険契約の提案を希望するかどうかという意向をフラットに確認することは、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)第1段落に定める「顧客の意向に沿って保険契約を選別」することになるという理解でよいか。	ご指摘の確認については、既契約の継続に関する内容なのか等、具体的な募集状況が必ずしも明らかでないことから、一律にお答えすることは困難です。 顧客のリスク特性、保険ニーズ、既契約の状況その他の事情を踏まえ、保険契約の内容・特性に応じて、意向把握が適切に行われることが重要であり、顧客の意向に沿った選別・提案が行われ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			る場合には、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)の規定及びⅡ－4－2－9(5)①B.(a)に基づく対応が求められますが、推奨販売に係る対応の要否については、個別具体的かつ実質的に判断される必要があります。
613.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロにおいて、更新の意思確認を行った時点で従来と同条件での更新を希望した顧客に対しても、商品特性や保険料水準などについて希望がないかを改めて確認する必要があるか。	保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 この場合、保険契約を選別することを目的とした商品特性や保険料水準等に係る追加的な意向把握を行うことまでは一律には求められません。 ただし、保障(補償)内容、保険金額、保険期間、特約、免責、保険料水準、主な不利益事項等に実質的な変更がある場合には、既契約の継続の要否及び内容を適切に判断できるよう、変更内容及び程度に応じて、適切に意向把握・確認義務及び情報提供義務が履行されることが必要となります。 なお、更新手続の過程で、他の保険契約との比較説明を行う場合には同号イを、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険契約を選別・提案する場合には同号ロを踏まえた対応が必要となります。
614.	－	損害保険契約は単年度契約が主であるものの、長期間の損害率が良好であることが現実的な引受に影響する。 今般の改正で毎年の契約更改のタイミングで比較推奨	一部の損害保険契約において、長期間の損害率実績が、将来の引受条件、割引率、保険料水準等に影響し得る仕組みがある場合に、その仕組みや客観的事実を顧客に説明すること自体は否定さ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		販売を行うことが必須となれば、顧客が単年の優劣によって保険会社を渡り歩くことを惹起し、長年の契約による保険会社・保険代理店・顧客の関係構築が軽視され、長期の良好な関係が構築されない状況が生まれることが懸念される。長年の取引継続の効果がアンダーライティングに影響する場合は、比較推奨販売においてはどのように明示すべきか。	れません。 ただし、当該仕組みのみをもって直ちに特定の保険会社又は特定の保険契約を提示・推奨するのではなく、顧客のリスク状況、補償内容、保険料水準、特約、免責等も踏まえ、顧客の意向に沿って総合的に判断する必要があります。 したがって、長期継続による引受上の効果を説明する場合には、その内容や将来の取扱いが確定的でないこと、他の保険契約との比較上の位置付け等を、顧客に誤認を与えないよう分かりやすく説明することが重要です。 なお、最終的には個別具体的に判断される必要がありますが、当該仕組み等が存在することのみをもって、直ちに特定の保険契約を選別・提案することは、恣意的な特定の保険契約への誘導と評価され得ることにご留意ください。
615.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)の比較推奨販売の方法に関し、損害保険契約の更改手続き(満期更新)時においては、前契約と同一内容又は軽微な変更のみで更改手続き(満期更新)を行うことも一定割合以上存在する現状認識のもと、画一的に保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イ又はロに基づく比較説明・推奨販売を求める場合、以下の課題が顕在化するおそれがあると考えられる。 ・顧客の利便性の低下 更改時に複数社比較を形式的に行うことは、顧客にとって過剰・また意向にそぐわない情報提供となり、顧客にかえって負担感を与え、理解を阻害する。 ・保険募集実務負担の過度な増大	既契約の満期到来に伴う保険募集を行う場合において、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応が必要となるものではありません。 また、顧客へ推奨する基準や理由等については、合理的かつ一定の具体性を有することが求められます。したがって、事故対応の品質等について、保険募集人の経験や主観を根拠に、特定の保険会社又は特定の保険契約を推奨することは適切ではありません。他方で、把握した顧客の意向に沿うことを前提としつつ、客観的な事実に基づき、合理的に説明することが可能である場合に

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		事故対応履歴や補償内容の継続性を重視する顧客に対し、形式的な比較資料作成業務負荷が増加し、本来注力すべき募集品質向上に資する時間が制限を受ける。 ・「顧客本位の業務運営原則」との整合性 顧客が「現行契約(内容)の継続」を強く要望される場合、比較説明・推奨販売の義務が顧客意向と乖離する可能性がある。 以上を踏まえ、損害保険契約の更改手続き時における実務運営上の次の整理について、ご検討いただきたい。 ・顧客に「現行契約(内容)の継続を希望する」という明確な意向がある場合の比較説明・推奨販売の簡素化 「更改前契約との相違点(差分)」や「最新の補償内容への変更の有無」に焦点をあてた説明をもって、比較推奨販売プロセスを充足したものとみなす運用 ・事故対応履歴・補償継続性を考慮した推奨理由の明示 損害保険の特性として、事故対応の品質や補償の継続性が顧客価値に直結するため、これらを適切な推奨理由と位置づけること ・比較推奨販売の対象範囲の合理化 損害保険の更改契約においては、補償内容が大きく変わる場合や保険料が大幅に変更となる場合に限定して比較推奨を求めるなど、リスクベースの運用を可能とすること	は、事故対応の品質等を当該推奨基準や理由等の一要素とすることも一概に否定されないものと考えられます。 なお、顧客の適切な商品選択の機会を実質的に阻害し、又は保険契約者の意向を恣意的に誘導していると評価され得る場合には、問題となり得ます。 このほか、新規契約か否かに関わらず、情報提供義務が適用される場合には、把握した顧客の意向に沿った対応が求められることから、当該意向に照らし、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在し、顧客の意向に沿って単一又は複数の保険契約の提案をしようとする場合には、同号ロに基づく説明が必要となります。 したがって、保険契約者等の保護の観点から、補償内容等の変更が大幅でないことのみをもって、一律に比較推奨販売に係る規制の適用対象外とすることは適当ではないと考えられます。
616.	Ⅱ－4－2－9(5)	更改契約は比較推奨販売の対象外であるという認識が保険会社を含め保険業界内において一般的となっている。 本来は更改契約についても比較推奨販売の対象外にし	貴重なご意見として承ります。 既契約の満期が到来する場合において、顧客から具体的な意向が示されていない中、乗合代理店が行う案内(保険募集)が既契約

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ていないはずであるため、今般の改正においては、更改契約についても乗合代理店における比較推奨販売の対象である旨、明確に公表していただきたい。	と同条件又は同等の補償条件であることのみをもって、当然に比較推奨販売に係る規定の適用対象外となるものではありません。保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)に係る対応の要否は、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在するか、保険契約を選別・提案するものであるかどうかによって個別具体的に判断される必要があります。 その上で、短期の損害保険契約については、その特性を踏まえると、当該契約の満期が到来することに伴い、乗合代理店において、既契約と同条件又は補償内容がほぼ変わらないプランの案内(保険募集)が行われたとしても、直ちに保険契約者等の保護に欠けるものとは言えず、一概に否定されるものではないと考えます。ただし、その場合であっても、他の保険契約の提案を望む顧客も存在すると考えられることから、乗合代理店として意向把握・確認義務を適切に履行するための対応として、顧客の希望に応じて他の保険契約を提案できることを明示すること、及び顧客のリスク状況や意向を適切に把握できるよう工夫して案内(保険募集)することが求められると考えます。 また、保険募集人による選別・提案を実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに同号ロに係る対応が必要となるものではありません。
617.	―	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロを実施するにあたっては、顧客の意向をしっかりと確認しなければならないが、損害保険における保険契約を選定する項目から	貴重なご意見として承ります。 保険料水準については、顧客が重視する事項の一つになり得るものであり、比較推奨販売における保険契約の選別・提案の基準

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		「保険料水準」を除くことは考えられない。 現在一店舗一損害保険制を前提とした教育を実施してきたディーラーが大半であるため、複数損害保険の見積もりを作成するための態勢整備(システム手当、保険募集人スキルの向上)には相当程度の時間を要すると考える。 よって以下の2点を提案させていただく。 ・対象契約を新規契約のみとし更新契約は対象外とする。 ・2026年6月から1年間程度の試行期間を経て本格運用を開始する。	や理由となり得ます。ただし、保険料水準のみならず、補償内容、特約、免責等も含め、顧客の意向に沿って総合的に判断することが重要です。 今回の改正案の施行までの期間については、乗合代理店の実務や経営に与える影響等も考慮し、社内規程の改正や業務フローの整備、システム対応、募集人教育等の体制整備に要する期間として、円滑な対応が可能となるよう適当と考えられる期間を設定しています。 また、比較推奨販売に係る規定の適用は、新規契約の保険募集時に限られるものではありません。既契約の満期到来に伴う保険募集時であっても、保険募集人が顧客の意向に沿って「二以上の比較可能な同種の保険契約」の中から保険契約を選別・提案する場合には、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロを踏まえた対応が必要となります。 したがって、既契約の満期到来に伴う保険募集を一律に比較推奨販売の適用対象外とすることは適当ではなく、顧客の意向、契約内容、保険募集人の関与、比較又は推奨の有無等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断する必要があります。 なお、満期到来時において、保険募集人による選別・提案が実質的に伴うことなく、顧客の主体的な判断のみにより、既契約と同内容又はこれと大きく異ならない内容の保険契約を希望する旨が表明され、一の保険契約が選択された場合には、直ちに同号ロに係る対応が必要となるものではありません。
618.	ー	乗合代理店が団体から特定の保険会社の商品の加入勧奨の委託を受けて、当該団体の構成員に対して、団体契約	団体契約の取扱保険募集人が団体からの委託に基づき加入勧奨を行う場合であっても、保険業法第294条に基づく情報提供義

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		(団体が保険契約者となる保険契約)の被保険者に当該契約内容の案内を行う場合(加入勧奨を行う場合)は、募集人に情報提供義務が課されるか否かを問わず団体から提供される構成員リストの提供を受けて、加入勧奨行為を行っているなど、当該団体(契約者)の委託であると考えられることから、比較推奨販売の対象外であるという理解でよいか。	務等が当該募集人に課される場合には、当該義務を適切に履行する必要があります。 したがって、取扱保険募集人が団体から受託した加入勧奨を行うことのみをもって、直ちに比較推奨販売に係る規定の対象外となるものではありません。取扱保険募集人が乗合代理店であり、「二以上の比較可能な同種の保険契約」がある場合で、それらの保険契約の中から選別・提案を行うときには、同法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)の規定に係る対応が必要となります。
619.	Ⅱ－4－2－9(5)	団体契約の比較推奨について、意見を伺いたい。 一般的に団体契約は、保険代理店(保険会社等を含む)が契約者となる団体(企業・団体等)に対して募集(制度の創設や内容の決定など)を行い、その制度について団体契約者が団体構成員へ案内する構図であると認識している。 そのため、団体構成員への保険の案内は一般的に加入勧奨と呼ばれており、加入者が自分の意思で保険へ加入するかどうかを決定するものであり、一般的な募集とは異なると考えている。 この場合、団体構成員に対して加入勧奨をする場合は、当然ながら比較推奨の対象外であるという認識でよいか。 また、本ケースで団体構成員に対して乗合代理店が当該団体契約の募集をする場合(制度説明会や職場での案内など)にも、当該団体制度以外の商品(団体契約の引受保険外や以外の乗合保険会社の一般商品など)との比較推奨が必要となるか。	保険業法第294条第1項に定める団体保険について、保険契約者としての団体は、同法第294条の適用主体ではないことから、直接的な情報提供義務は課されず、同法施行規則第227条の2第3項第4号(比較推奨販売)についても適用対象外となります。 一方で、同法施行規則第227条の2第2項に該当しない団体が被保険者となる者に対し加入勧奨を行う場合など、保険募集人に同法第294条第1項の情報提供義務が適用される場合には、団体保険の取扱保険募集人が自ら情報提供義務を負うこととなります。このため、取扱保険募集人に対しては、保険契約者及び被保険者に対する情報提供の方法を定める同法施行規則第227条の2第3項本文が適用されるとともに、当該募集人が乗合代理店であり、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在し、それらの中から選別・提案を行う場合には、同条第3項第4号ロ(推奨販売)の規定に係る対応が必要となります。 なお、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の有無については、個別具体的かつ実質的に判断される必要があるところ、契約

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
620.	Ⅱ－4－2－9(5)	福利厚生の一環として団体が契約者となり募集を行う団体契約保険は、契約者が保険会社を選定しており、乗合代理店で保険会社を選定することが困難である。そのため、乗合代理店で他の保険会社を提案することが実質的に不可能であることから、比較推奨販売の対象外となる認識でよいか。	当事者である団体の意向を踏まえることはあり得ると考えます。 ただし、同法施行規則第227条の2第2項に該当しない団体が、保険契約者であるとともに、乗合代理店として当該団体保険を取り扱う場合には、保険募集人の立場で特定の保険契約が恣意的に選別・提案されることのないよう、「二以上の比較可能な同種の保険契約」の有無については、特に慎重に判断される必要があります。
621.	Ⅱ－4－2－9(5)	団体契約においては、契約者が団体であるため、団体制度にラインナップされた商品のみを加入者に提示すれば足り、比較推奨の必要はないとの認識でよいか。	
622.	Ⅱ－4－2－9(5)	団体契約・団体募集(生命保険・損害保険とも)は、以下のような特性を有することから、画一的に保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イ及びロに基づく比較説明・推奨販売を求める場合、制度の趣旨と整合しない可能性があると考えられる。 ・ 団体募集の場合、制度導入時に団体(企業等)が幹事代理店等と協議し、補償内容・保険会社・保険料水準を基に、あらかじめ特定の保険会社やプランを選定するケースが多い。 ・ 団体構成員は、団体が選定した契約条件を前提に加入を検討する仕組みである。 ・ 団体の福利厚生制度としての性格が強く、団体募集における推奨理由は「団体割引の適用」や「給与天引きによる利便性」等に集約される。 以上を踏まえ、団体契約・団体募集時における実務運営上の次の整理について、検討いただきたい。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		・団体側の選定プロセスを比較説明・推奨販売の代替と位置づける：団体が複数の保険会社比較・条件等の調整を行った上で、保険会社・保険商品を選定している場合、団体構成員への個別比較説明・推奨販売を不要とする旨の明示 ・団体構成員への説明は「団体としての選定理由」等を明示することで代替する：乗合代理店が個々の団体構成員(加入者)に対して比較説明・推奨販売を行うのではなく、団体として当該保険会社・商品・補償内容を選定した理由を説明することをもって、要件を満たすと整理すること ・団体募集の実務に即した合理的な運用：団体保険における加入手続きは、効率性・簡素化も求められることから、過度な比較資料の作成義務による形骸化、ひいては「制度そのものが顧客にとっての利益であること」を侵害することにならないよう、配慮いただきたい。	
623.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(以下、ロ方式とする。)の準用範囲(団体契約の扱い)について 福利厚生制度等で案内される団体契約については、団体契約者自身にロ方式による募集プロセスを踏んでいれば、団体契約の団体所属員(加入者)に対しては、ロ方式は適用されない考え方となるのか伺いたい。	
624.	Ⅱ－4－2－9(5)	団体契約(団体が保険契約者となり、団体構成員が被保険者となる契約形態)の被保険者に対する加入勧奨であったとしても、例えば、カード会社を契約者としてカード会員を被保険者とする団体傷害保険契約であれば、保険募集	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		人に情報提供義務が課されると理解している。 　かかる保険募集人に情報提供義務が課されるケースにおける被保険者に対する加入勧奨を乗合代理店が行う場合は、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号に定める比較推奨販売規制の対象になるという理解でよいか。 　そのような理解でよい場合、当該乗合代理店にとって「二以上の比較可能な同種の保険契約」の範囲は、団体契約の範囲のみ(上記例でいえば、他にカード会社が契約者となる団体傷害保険契約があるか否か)で考えれば足りるのか、それとも、個人契約(団体構成員が保険契約者兼被保険者となる契約形態)も含めて(上記例でいえば、カード会員が個人で契約できる傷害保険契約もあるか否かで)考える必要があるのか。	
625.	Ⅱ－4－2－9(5)	職域の団体保険や割引のある団体契約等で、制度上他の選択肢がないものは、選択可能な範囲で比較推奨を実施することになるため、提案する保険会社を絞り込めるという理解でよいか。	
626.	－	監督指針Ⅱ－4－2－9(5) の趣旨は、顧客が最善の利益を確保できる商品選択を行えるよう、乗合代理店が独自の理由により特定の保険会社の商品を推奨することを防止する点にあると理解している。 　一方、企業内代理店においては、親会社グループが福利厚生制度として団体保険等を設けている場合がある。 　当該制度は団体割引等により保険料が低廉で、補償内容も手厚いなど、従業員にとって合理的な選択肢となり得る	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ものである。 　乗合代理店として当該商品を代理店独自理由で「推奨」することは避けるべきと考えているが、福利厚生制度として存在する団体保険の内容を従業員に案内することは、むしろ顧客の最善利益に資する情報提供と考えている。 　上記を踏まえ、乗合代理店として 　①お客さまの意向(当初意向)をお聞きする 　②お客さまに中立的な基準に基づき商品を比較提示する 　③お客さまの意向を踏まえ、保険料・補償内容で優位性のあるグループ制度商品を推奨する 　という案内プロセスは監督指針上問題ないと理解してよいか。	
627.	Ⅱ－4－2－9(5)	団体契約において、保険業法施行規則第227条の2第2項に該当しない団体については、情報提供義務が乗合代理店に課されているが、ここでいう情報提供義務の内容は、あくまで本来団体が行う加入勧奨と同程度の情報提供義務であって、団体の加入勧奨には比較推奨が含まれていないことから、乗合代理店であるからといって、比較推奨義務が課されるものではないと理解してよいか。	保険契約者としての団体は、保険業法第294条の適用主体ではないことから、直接的な情報提供義務は課されず、同法施行規則第227条の2第3項第4号(比較推奨販売)についても適用対象外となります。 　一方で、同法施行規則第227条の2第2項に該当しない団体が被保険者となる者に対し加入勧奨を行う場合、団体保険の取扱保険募集人が自ら情報提供義務を負うこととされています。このため、取扱保険募集人に対しては、保険契約者及び被保険者に対する情報提供の方法を定める同法施行規則第227条の2第3項本文が適用されるとともに、当該募集人が乗合代理店であり、「二以上の比較可能な同種の保険契約」が存在し、それらの中から保険募集人が選別・提案を行う場合には、同項第4号ロ(推奨販売)の規定

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			に係る対応が求められます。 したがって、団体が行う加入勧奨には比較推奨販売に係る規定が直接的に適用されないことをもって、取扱保険募集人である乗合代理店に比較推奨販売に係る規定が適用されないものではありません。 なお、同法施行規則第227条の2第2項に該当しない団体における加入勧奨については、Ⅱ－4－2－2(4)①のとおり、例えば、同法第300条第1項に規定する禁止行為の防止など、募集規制に準じた取扱いが求められ、募集規制の潜脱が行われないような適切な措置が講じられている必要があります。さらに、取扱保険募集人が乗合代理店である場合には、同法第294条の3において、団体保険の加入勧奨に係る体制整備義務が課されていることに留意が必要です。
628.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)後段に「所属保険会社等の商号等を明らかにした上で」と記載されているが、乗合代理店が実際に販売している保険種目などを勘案した上で所属保険会社等の商号等を明らかにする方法でもよいか。	Ⅱ－4－2－9(5)における「所属保険会社等の商号等を明らかにした上で」とは、保険業法第294条第3項に基づく権限明示を適切に行うことを指します。 したがって、権限明示に当たっては、乗合代理店が実際に販売している保険種目などを勘案した上で一部の所属保険会社等に限定して商号等を明らかにする方法は許容されないものと考えます。
629.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)後段に「所属保険会社等の商号等を明らかにした上で」と記載されているが、例えば、D代理店ではA損保、B損保、C損保の3社と代理店委託契約(全種目委託)を結んでいる場合を考える。 D代理店が実際に販売している商品は、団体医療保険及び団体扱自動車保険のみであることを前提とし、さらに団体医療保険はA損保、団体扱自動車保険はB損保又はC損保の商品選択制としている。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		この場合、団体医療保険への加入を検討している顧客に対しては団体契約を組成している「A損保の商号」を、また団体扱自動車保険の加入を検討している顧客に対しては、選択制として制度展開している「B損保及びC損保の商号」を明らかにすることでよいか。	
630.	Ⅱ－4－2－9(5)	企業や官公庁などの団体では、構成員の福利厚生の一環等として、以下の3点の要件を全て満たす団体扱契約(団体の構成員を保険契約者とする契約形態)の保険商品(以下「制度商品」という)を採用することがある。 ＜制度商品の要件＞ ①団体が構成員全体の便益を考慮していること(団体料率や集金事務委託契約の有無のみではなく、構成員の保険の加入状況やアフターフォローの手厚さ等の便益を総合的に考慮) ②団体が採用した保険商品であること ③団体が制度商品の加入機会を構成員に提供していること 乗合代理店は、団体に対し必要な情報を提供し、当該団体は、上記要件に照らし特定の保険商品を採用することとなる。 その場合、乗合代理店は、団体料率を適用するなどして当該団体専用の保険商品として差別化された制度商品を構成員に対して明示し、募集することとなる。 この場合、当該団体の構成員は、当該制度商品を、団体料率を適用しない通常の保険商品とは異なるものである	団体扱・集団扱契約についても、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロの適用対象となるか否かについては、当該契約以外に「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当する保険契約があるか否かについて、顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、保険契約の対象リスク、給付・保障(補償)内容、保険契約の特性・類型等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断されるべきものです。 その上で、契約主体ではない団体であったとしても、それが企業や官公庁であり、従業員の福利厚生のために、団体扱・集団扱契約を制度商品として選定し、その利点とともに、当該団体専用の保険契約として、従業員に適切に認識される態様で提供される場合には、当該契約は団体の都合ではなく団体の構成員の利益のための仕組みとして位置付けられるものと考えられます。 この場合には、当該団体において選定された保険契約の中から保険契約の提案・説明が保険募集人によって行われたとしても、保険契約者等の保護に欠けるおそれは少ないものと考えられることから、当該団体により選定されたという事情を「比較可能な同種の保険契約」の範囲を判断するに当たっての主な考慮要素とすることは、一概に否定されるものではないと考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ことを前提に、当該団体専用の保険商品として認知し、保険加入の要否を検討することが一般的であることから、「一般人の合理的な期待を基準」として考えた場合、複数の制度商品が採用されている場合を除き、「二以上の比較可能な同種の保険契約」は存在しないと判断することは支障ないと考えられるが、その理解でよいか。 ※「二以上の比較可能な同種の保険契約」とは、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.74～77において、「ある保険契約が、「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当するかどうかは、保険募集人等が顧客の意向の把握過程において把握しようとする顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、当該保険契約が「比較可能な同種」のものといえるかについて、個別具体的かつ実質的に判断されるべきもの」という考え方が示されている。 また、当該団体が複数の制度商品を採用しており、それらが「二以上の比較可能な同種の保険契約」と判断される場合には、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロの規定に基づき、制度商品の中から顧客の意向に沿った保険契約を選別することになると考えるが、そのような理解でよいか。 なお、乗合代理店による上記のような制度商品の募集が顧客である団体の構成員との書類等の受渡しが一度に限	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		定される非対面募集である場合には、乗合代理店は、団体の人事部門等との協議を通じて、監督指針Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)に基づき、構成員の意向を推定した上で、構成員に対する制度商品の募集を行う必要があるが、意向を推定するに際しては、推定の確度に十分留意し、合理性・妥当性のある意向推定を行う必要があると理解している。	
631.	Ⅱ－4－2－9(5)	団体扱・集団扱契約は、企業の従業員等を契約者とする保険契約である。 保険料の集金を当該企業等に委託して給与天引きにする等、保険会社や代理店の事務コストが削減されることから、一時払の保険料を一定割り引くなど、契約者にもメリットがあり、企業の福利厚生制度のメニュー等として活用されている。 「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」No.74～77に記載の「二以上の比較可能な同種の保険契約」の意義に照らし、団体扱・集団扱の契約と割引等の無い一般の契約は、割引率や収納方法が異なることから、「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当しないとの理解でよいか。	
632.	Ⅱ－4－2－9(5)	団体扱契約においては、契約者は加入者であるが、あらかじめ団体において構成員(加入者)のメリットを考慮して商品群を選定し制度化しているため、比較可能な商品は団体の意思により選定された商品に限定されるとして、加	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		入者への比較推奨もその範囲内に限定してよいか。	
633.	Ⅱ－4－2－9(5)	団体が福利厚生制度として団体扱契約の保険会社を選別・指定している場合、保険代理店は当該団体の意向を受けて、契約者となる当該団体の構成員に対して「団体が福利厚生制度として保険会社を指定している」旨を説明することは、「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している」との理解でよいか。	
634.	Ⅱ－4－2－9(5)	企業等がA保険会社及びB保険会社の団体扱火災保険(企業等の役職員を保険契約者とする火災保険)について集金事務委託契約を締結している中でA保険会社の団体扱火災保険のみを制度商品として指定している場合がある(両社の団体扱火災保険とも保険料は通常の火災保険より割引されるものの、それ以外の企業等の役職員にとってのメリットがA保険会社の団体扱火災保険の方が大きいなどの理由から、企業等によってA保険会社の団体扱火災保険のみが制度商品として指定される場合がある。)。 この場合、企業等は役職員に対して、A保険会社の団体扱火災保険のみを制度商品として提供していることになるため、A保険会社とB保険会社の乗合代理店(企業等とは異なる法人格である。)としては、当該企業等の指定を踏まえ当該企業等内ではA保険会社の団体扱火災保険のみを案内せざるを得ない状況にある。 そのため、当該乗合代理店は、当該企業等内における団体扱火災保険の募集との関係では、A保険会社の団体扱火	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		災保険以外に「比較可能な同種の保険契約」がないと解されるという理解でよいか。 　なお、前提として、当該乗合代理店は、A保険会社の団体扱火災保険の募集に際して、適切に、保険業法が規定する権限明示を行うものとする。	
635.	Ⅱ－4－2－9(5)	団体(A社)においては、団体扱契約としてはB損保しか取り扱っていない(A社はB損保とのみ集金事務委託契約を締結していない。)が、当該団体扱契約を扱う代理店はB損保に加え、C損保も乗り合っている場合、新規契約時に代理店としてはC損保も扱っている旨を表明しなければならないと理解している。 　団体扱契約はB損保のみしか取り扱っていないということをもってB損保1社に絞り込み、推奨するということは許容されるか。 　契約者から「保険料が安い保険契約」という意向が顧客から示された場合に、団体扱割引があることをもって、保険料の多寡を示す証跡を提示せずにB損保のみを提示することは許容されるか伺いたい。 　また、団体(A社)の意向はどの程度、勘案されるべきか。	
636.	Ⅱ－4－2－9(5)	企業等の従業員が加入できる団体扱自動車保険において、代理店の意向ではなく、企業等の意向で提案できる保険会社が限定される場合、顧客の商品選択の機会が阻害されていると考えられるが、代理店ではなく企業等も規制の対象となるのか。 　例：企業等の意向により、団体扱契約において乗合代理	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		店が取り扱うことのできる3社のうち特定の1社のみの見積りを提示することになっている。	
637.	―	企業団体扱契約を販売する際、乗合保険会社各社に対象商品があっても、全ての保険会社を対象に比較推奨販売を行うことは困難である。 また、企業従業員向けの団体扱個人契約を取扱う際に、主に法人契約の引受のために取引している十数社の損害保険会社全社を対象に、従業員に対して比較推奨販売を行うことは現実的ではない。 チェックオフ(給与天引き)する企業側の事情もあり、企業と協議を行った上で、乗合代理店が責任を持って説明や事故対応が可能な数社に絞り込んで比較推奨販売を行うことは、問題がないと考えてよいか。	団体扱契約についても、集金事務委託契約の締結の有無に関わらず、「二以上の比較可能な同種の保険契約」がある場合で、それらの保険契約の中から顧客の意向に沿って選別・提案をするときには、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(推奨販売)の適用対象となります。 貴見にある「乗合代理店が責任を持って説明や事故対応が可能な数社に絞り込んで比較推奨販売を行う」といった対応は、顧客の意向把握の内容等が必ずしも明らかではないものの、同号ロの趣旨に鑑みれば、適切な対応とはいえないものと考えられます。
638.	Ⅱ－4－2－9(5)	例えば、保険会社と集金事務委託契約を締結する団体であり、かつ、乗合代理店でもある金融機関の意向によって住宅ローン火災保険(住宅ローン債務者を保険契約者とする保険契約である。)に関して、複数の保険会社を引受保険会社とする共同保険が組成され、その引受保険会社の中から幹事保険会社が指定される場合がある。 乗合代理店である金融機関は、かかる共同保険を募集する際に、共同保険の非幹事保険会社が単独で引き受ける住宅ローン火災保険(共同保険の住宅ローン火災保険と少しだけ商品特性が異なる)の委託を受けている場合であっても、共同保険が集金事務委託契約の締結によって単独引受保険と異なり保険料が割り引かれており、かつ、団体であ	団体扱契約においても、「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当するか否かは、顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、保険契約の対象リスク、給付・保障(補償)内容、保険契約の特性・類型等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断されるものです。 その上で、金融機関が乗合代理店として保険募集を行う場合には、住宅ローン債務者である顧客の意向や利益を踏まえた対応が求められます。 したがって、金融機関が保険募集を行う場合に、保険料の割引の有無や、契約主体とならない金融機関の経営上の判断により共同保険の住宅ローン火災保険が用意されていることのみをもって、直ちに当該共同保険契約以外に「二以上の比較可能な同種の

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		る金融機関の意向により指定されて共同保険が組成されている以上、当該共同保険以外に「比較可能な同種の保険契約」はないと解されるという理解でよいか。	保険契約」が存在しないと判断することは適切ではなく、非幹事保険会社が単独で引き受ける住宅ローン火災保険についても、比較可能な同種の保険契約に該当するかどうかを上記の観点に照らし、個別具体的かつ実質的に判断される必要があると考えられます。
639.	Ⅱ－4－2－9(5)	団体扱契約を締結する旨の顧客意向があり、取り扱うことが可能な保険会社と不可能な保険会社がある場合、その時点で団体が取り扱うことが可能な保険会社商品に絞り込み、その中でさらに意向を踏まえた絞込を行うべきか。 それとも団体扱契約とそれ以外の両方を踏まえて意向把握をしなくてはならないのか。	貴見にある「取り扱うことが可能な保険会社と不可能な保険会社がある場合」の具体的状況が明らかではありませんが、団体扱契約については、個人契約と同様、当該契約以外に「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当する保険契約があるかどうか、顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、保険契約の対象リスク、給付・保障(補償)内容、保険契約の特性、契約類型等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断される必要があります。 なお、集金事務委託契約が締結されていることや団体が選定したことのみをもって、直ちに個人契約が比較可能な同種の保険契約から除外されるものではないことに留意が必要です。
640.	Ⅱ－4－2－9(5)	団体扱契約は、団体の意向により保険商品が絞られているため、団体の意向を顧客の意向と捉えた上で、当該団体内で保険募集可能な団体扱契約の範囲内で比較推奨販売ルールを適用するとの考え方でよいか。	契約主体とならない団体の意向が当然に加入者の意向と同一になるものではありませんが、企業や官公庁が従業員の福利厚生のために、団体扱・集団扱契約を制度商品として選定し、その利点とともに、当該団体専用の保険契約として、構成員に適切に認識される態様で提供される場合には、当該契約は団体の都合ではなく団体の構成員の利益のための仕組みとして位置付けられるものと考えられます。 この場合には、当該団体において選定された保険契約の中から保険契約の提案・説明が保険募集人によって行われたとしても、

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			保険契約者等の保護に欠けるおそれは少ないものと考えられることから、当該団体により選定されたという事情を「二以上の比較可能な同種の保険契約」の範囲を判断するに当たっての主要な考慮要素とすることは、一概に否定されるものではないと考えます。 なお、集金事務委託契約が締結されていることや契約主体とはならない団体が選定したことのみをもって、直ちに個人契約が比較可能な同種の保険契約から除外されるものではないことに留意が必要です。
641.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.について、団体扱契約の個人保険で、団体割引率の適用並びに保険料の領収を給与天引きで行っている場合、これらを理由に特定の保険会社の商品を推奨提案することについては、当該規定の提示・推奨する基準に即しているという理解で問題ないか。	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロの適用対象となるか否かについては、当該契約以外に「二以上の比較可能な同種の保険契約」に該当する保険契約があるかどうかを、顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、保険契約の対象リスク、給付・保障(補償)内容、保険契約の特性・類型等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断される必要があります。 その上で、Ⅱ－4－2－9(5)①B.を満たすかどうかは、顧客が重視する意向と、「二以上の比較可能な同種の保険契約」とされた個々の保険契約の商品特性、保険料水準等との関係に照らし、選別や提示・推奨が行われているかについて、個別具体的に判断されるべきものと考えます。 なお、保険料の割引があることや給与天引きが可能であること等のみをもって、常に特定の保険契約だけを提示・推奨できるものではなく、当該保険契約を提示・推奨する理由等が、顧客の意向に照らして合理的かつ一定の具体性を有する必要があります。また、保険募集人による恣意的な誘導を伴う態様で意向把握や推
642.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店において、A保険会社は団体扱割引があり、B保険会社及びC保険会社は団体扱割引がない状況において、割引ありの保険料は割引なしの保険料よりも保険料が約10%安い。 この場合、合理的かつ一定の具体性を有する基準として団体扱割引ありのA社のみを推奨することは可能か。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			奨販売が行われないよう留意する必要があります。
643.	―	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止及び同号ロの改正に対する監督指針の改正に係る以下のような保険契約に関しては比較推奨販売のための情報提供は必要ではないものと考える。 団体保険に関し、企業や組合などの団体が保険契約者として保険会社と契約している為、今回の監督指針である比較推奨販売から除外されるものと解釈するが、団体扱契約に関しても、「顧客自身が団体扱契約の割引や給与控除を望まない場合」、若しくは「団体扱契約以外の保険契約を希望した場合」以外には、比較推奨販売から除外することを求める。	団体契約や団体扱契約であることのみをもって、比較推奨販売に係る規定の適用対象外となるものではありません。 団体契約については、保険契約者である団体が、保険募集を受けた結果として一の保険契約を選択していること等を考慮要素として、当該契約以外に「比較可能な同種の保険契約」が存在しないと判断し得る場合があると考えられます。 ただし、取扱保険募集人が、被保険者となる者に対して、団体契約以外の保険契約を含めて独自に保険契約を選別・提案する場合には、その態様に応じて比較推奨販売に係る規定の適用関係を判断する必要があります。 一方、団体扱契約については、単に保険料の割引があることや給与控除等があること、団体が選定したことのみをもって、比較推奨販売に係る規定の対象外となるものではありません。当該契約以外に「二以上の比較可能な同種の保険契約」がないかについては、顧客の意向との関係で、一般人の合理的な期待を基準として、保険契約の対象リスク、給付・保障(補償)内容、保険契約の特性・類型等を踏まえ、個別具体的かつ実質的に判断される必要があります。 いずれにせよ、募集規制の潜脱とならないよう、保険契約者等の保護の観点から適切な体制整備を行うことが重要です。
644.	Ⅱ－4－2－9(5)	次のようなケースでは選択の余地がなく保険契約を提示・推奨することになると考えられるが問題ないか。 その場合に「顧客の求めに応じて」行う「当該提示・推奨する基準や理由等」については、選択の余地がない理由を説明することでよいか。 団体扱となっている特定の保険会社の特定の商品を、当該団体の所属員に一括して提示・推奨する(団体との集団取扱契約・合意等に基づく募集のため)。 団体との合意により、団体扱以外の特定の保険会社の特定の商品を、当該団体の所属員に一括して提示・推奨する(団体との合意の範囲で実施するため)。 集団扱のため保険料割引のある、特定の保険会社の特定	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		の商品を、当該集団扱の対象顧客に対して提示・推奨する(割引により一般より有利となるため)。 なお、別の保険会社の商品の提示を求める等の顧客意向が示された場合は、当然にそれら保険契約の概要又は契約内容を説明することを前提とする。	
645.	Ⅱ－4－2－9(5)	職域内及び共通した属性を持つ個人の集った集団等、特定環境下での団体扱商品を案内する場合、福利厚生制度などを鑑みた推定意向を入り口とした団体扱商品の案内を行った上で、その他の商品を希望するか確認することを想定しているが、監督指針Ⅱ－4－2－9 (5) ①B.(b)「顧客の意向が不明確な場合であっても、保険契約の選別に当たっては、例えば、顧客が特に重視すると考えられる事項を例示するなど、可能な限り顧客の意向を把握」に適応しているという理解でよいか。 なお、「その他の商品を希望する」と回答があった場合には、改めて個別に意向把握の上、比較推奨・商品選定を行う想定でいる。	Ⅱ－4－2－2(3)①ア.(注2)に記載される意向を推定する方法(意向推定型)は、例えば既契約者など、保険募集人が把握している顧客属性や生活環境等に基づき、推定の確度に十分留意しつつ、合理性・妥当性のある推定をもって意向把握を行う方法です。 一方、Ⅱ－4－2－9(5)①B.(b)の「顧客が特に重視すると考えられる事項を例示する」行為は、保険募集人が顧客の意向把握を行ったものの顧客の意向が不明確な場合において、顧客が特に重視すると考えられる事項を例示することを通じ、顧客の意向形成を促すといった態様を「可能な限り顧客の意向を把握するための方法」の一つとして例示したものです。 したがって、両者は趣旨を異にするほか、保険契約者等の保護の観点から、意向推定は慎重に行われる必要があることから、団体や集団に対して意向推定の方法を用いた意向把握を行ったことのみをもって、顧客意向に沿うものとしてⅡ－4－2－9(5)①B.(b)を満たすと一律に判断されることは適当ではありません。その適切性については個別具体的に判断される必要があり、合理性・妥当性に欠ける意向推定が行われた場合には、意向把握・確認義務や情報提供義務が適切に履行されたことにはならない点に留意が必要となります。
646.	Ⅱ－4－2－9(5)	同一法人内に複数の別個登録代理店が存在する場合に	貴見のとおりです。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		おいて、別個登録代理店間での顧客紹介等を前提としつつ、合理的な理由がないにもかかわらず、恣意的に特定の保険会社を推奨する目的で、別個登録代理店ごとに特定保険会社の専属代理店とする、あるいは所属保険会社を意図的に絞り込むといった対応は、実質的に保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハを維持するものとして、比較推奨販売規制の潜脱と評価される理解でよいか。	なお、Ⅲ－2－1(1)④ウ.に規定される保険代理店の主たる事務所とは別に損害保険会社と取引を行う従たる事務所として別個に登録するといったものについては、今日的な意義等に照らし、今後廃止する予定です。
647.	Ⅱ－4－2－9(5)	別個登録代理店について、店舗ごとの業容・業態、経営管理上の理由等により、所属保険会社が異なり、結果として、同一法人内で異なる推奨方針を策定するケースがあり得る。 しかし、異なる推奨方針を策定する合理的理由がなく、例えば、比較推奨販売規制の潜脱を目的とするおそれがある場合には、これは容認されないと考えてよいか。	Ⅲ－2－1(1)④ウ.の規定に基づき、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、主たる事務所とは別個に登録した場合に、同一代理店内で、業容・業態等の違いに応じて異なる推奨方針を策定することは、直ちに否定されるものではありませんが、合理的な理由がなく、比較推奨販売規制を潜脱するおそれがあると評価される場合は適切ではありません。 なお、当該監督指針の規定については、今日的な意義等に照らし、今後廃止する予定です。
648.	Ⅱ－4－2－9(5)	専属代理店AがM&A等により乗合代理店Bを吸収合併した場合、Bの既存契約者が、更新の都度、本人の意向によらず保険会社変更を余儀なくされるおそれがある。その顧客不利益を回避するため、Bを別個登録代理店として存続させ、従前の保険会社との契約継続・保全を可能とすることが考えられる。別個登録代理店として、独自マニュアルの整備等、必要な体制整備が講じられている場合、同一法人内で所属保険会社が異なることのみをもって、比較推奨販売規制の潜脱とみなされるものではないとの理解でよいか。	貴見のケースについては、現行のⅢ－2－1(1)④ウ.の規定に基づき保険代理店の主たる事務所とは別に損害保険会社と取引を行う従たる事務所として別個に登録するといったものを想定したものと考えられるため、業務上、合理的な理由があれば直ちに否定されるものではありません。 ただし、当該規定については、今日的な意義等に照らし、今後、廃止する予定であることから、これに留意した対応が必要と考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
649.	―	比較推奨販売を現行の乗合代理店の運営形態のままで一律に求めることは、実務上きわめて困難であると考える。 そのため、無理に形式的な比較推奨を求めるのではなく、これまで認められていた代理店の別個登録・店舗単位運営のような専業代理店に近い形で、店舗ごとに取り扱う損害保険会社を明確に決定する運営方法も、現実的な選択肢として検討されるべきではないか。 具体的には、店舗ごとに取扱損保をあらかじめ決定し、当該店舗で取り扱わない損害保険会社を希望する顧客については、該当損保を扱う他の店舗を案内する方法や、一定の移行期間(例えば1年程度)を設け、店舗単位で段階的に専属化を進めていく方法が考えられる。 このような形であれば、比較推奨を形式的に行う必要がなくなり、指導・監督の明確化や現場の混乱抑制にもつながると考える。	貴重なご意見として承ります。 なお、監督指針Ⅲ－2－1(1)④ウ.に規定される保険代理店の主たる事務所とは別に損害保険会社と取引を行う従たる事務所として別個に登録するといったものについては、今日的な意義等に照らし、今後廃止する予定です。
650.	Ⅱ－4－2－9(5)	自動車損害賠償責任保険(自動車損害賠償保障法第5条)は強制保険であり商品性や保険料に差がなく、比較推奨販売の対象外と理解している。 代理店都合による保険会社選定等が行われることは、顧客の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言えないため、任意保険同様に代理店方針のみで加入保険会社を選定することは認められないとの理解でよいか。 代理店方針のみで加入保険会社を選定しない方法とし	自動車損害賠償責任保険は、自動車損害賠償保障法に基づき加入が義務付けられており、補償内容や保険料が法令等により定められているため、一般の任意保険のように商品内容や保険料を比較して選択する性質は限定的です。 したがって、複数の保険会社の自動車損害賠償責任保険を取り扱っている場合であっても、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロに係る対応が必要となるものではないと考えられます。 なお、顧客から保険会社の指定がある場合には、その希望を踏まえて適切に対応する必要があります。また、指定がない場合で

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		て、例えば、 ・前契約の保険会社で加入する ・任意保険と同様の保険会社で加入する 等の顧客意向を確認することが考えられる。 一方で、顧客意向に基づいた保険会社を取り扱っていない等の場合であっても、当該代理店での加入を顧客が希望している場合には、顧客に加入保険会社の選択を促す前提で、顧客の理解を得ながら保険会社を決定するという理解でよいか。	あっても、保険代理店において、複数の保険会社の自動車損害賠償責任保険の取扱いがある場合、これら保険会社を顧客に明示した上で、例えば、前契約の保険会社、任意保険と同一の保険会社等、顧客が希望する保険会社がないか等を確認することが重要と考えられます。 いずれにしても、顧客の最善利益を勘案せず、保険会社からの便宜供与、取引関係その他の代理店側の都合により、特定の保険会社の保険契約を恣意的に優先することは適切ではなく、保険代理店においては、顧客の希望に沿った保険契約の販売ができるよう体制を整備することが求められます。 また、顧客が希望する保険会社を当該代理店が取り扱っていない場合には、取扱可能な保険会社の範囲を説明し、顧客の理解を得た上で対応することが重要です。
651.	Ⅱ－4－2－9(5)	自動車損害賠償責任保険(自動車損害賠償保障法第5条)について、商品性に差異はないと認識している。このため、顧客に特段の意向がない場合、代理店都合による選定も許容されるという理解でよいか。	
652.	Ⅱ－4－2－9(5)	自動車損害賠償責任保険(自動車損害賠償保障法第5条)については、保険商品としての補償内容が各保険会社で同一であるが、保険契約者に対する意向確認として、加入を希望する保険会社の確認まで必要か。	
653.	Ⅱ－4－2－9(5)	自動車損害賠償責任保険(自動車損害賠償保障法第5条)については、補償内容及び保険料が法令により定められており、いずれの保険会社においても同一であることから、実質的に比較可能な商品とは言い難いと考えられる。 この点を踏まえ、 ・自動車損害賠償責任保険が「比較可能な同種の保険契約」に該当し、比較推奨販売の対象となるのか ・対象となる場合、顧客の意向確認や比較説明として、	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		合理的に求められる内容・範囲 について、考え方を明確にしていただきたい。	
654.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)に規定されている保険募集人の体制整備義務については、一般的な乗合代理店だけでなく、他の保険会社から委託を受けて保険募集を行う保険会社についても対象となるとの理解でよいかを確認したい。	ご理解の通りです。 Ⅱ－4－2－9(5)の「乗合代理店における比較推奨販売」については、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号及び規則第234条の21の2第1項第2号に規定する二以上の所属保険会社等を有する保険募集人(乗合代理店)を対象とした規定です。 他の保険会社から委託を受け保険募集を行う保険会社についても、業務特性や自らの実態(保険募集の実務や募集形態等)も踏まえつつ、適切かつ主体的に業務を遂行することができるよう実効性のある体制を整備することが重要と考えます。
655.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店における比較推奨販売に関する体制整備については、代理店自らが、その戦略をふまえて、主体的に構築すべきである。 例えば、比較推奨販売に関する提示・推奨する基準や理由は、顧客の最善利益を勘案した上で、所属保険会社の意向によらず、代理店自ら主体的に定めるべきであり、保険会社は、代理店における適切な商品選択の機会が阻害されないよう、その主体性を尊重しつつ、監督指針Ⅱ－4－2－1(4)に定める教育・管理・指導を行うことが求められているとの理解でよいか。	貴見のとおりです。
656.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売に係る体制整備について、個人代理店や小規模の法人代理店において、独自の体制整備が難しい場合でも、法令や監督指針を踏まえて、適切かつ主体的に業務を遂行する体制を整備する必要がある、との理解でよい	貴見のとおりです。 なお、保険募集人の体制整備義務については、個人・法人の別や保険代理店の規模を問わず課されます。 乗合代理店においては、自らの規模・業務特性、募集形態、取

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		か。	扱商品等を踏まえ、法令及び監督指針に沿って、比較推奨販売を適切かつ主体的に行うための実効的な体制を整備する必要があります。
657.	Ⅱ－4－2－9(5)	改正案について、保険会社ごとに体制整備や意向確認に関する解釈・要請が異なり、代理店側で対応が困難となっている。 特に人手不足の状況下において、すべての代理店が各社ごとに求められる体制を整備できるか懸念があるため、体制整備については代理店の規模や取扱保険等に応じた基準を示してほしい。 また、意向確認の記録方法についても、保険会社ごとに異なる対応が求められているため、業界全体で共通して使用可能な統一的な方法を検討してほしい。	保険代理店における体制整備については、保険業法施行規則第227条の14に基づき、業務の健全かつ適切な運営を確保するため、その規模の大小を問わず求められます。 また、顧客の最善の利益を勘案しつつ、適切な商品選択の機会を確保するため、乗合代理店の規模や業務特性等に応じて、自社の募集実務や募集形態等を踏まえた適切な比較推奨販売が実施されるよう実効的な体制を整備することが重要と考えます。 なお、意向確認の記録方法、部門設置や人員配置、管理手法等についても、一律の対応を求めるものではありません。
658.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売に係る体制整備は代理店規模を問わず義務付けられていると理解しているが、代理店の規模や業務実態に応じた運用とすること、または規模別の運用例を示してほしい。	
659.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売が適正に実施されているかを確認・検証する態勢については、代理店の規模や特性に応じた態勢と考えてよいか。 また、必ずしも営業部門から独立した内部監査部門を設置する必要はなく、小規模代理店(例：10名程度)においては、代理店主やコンプライアンス担当者による確認・監査も許容されるとの理解でよいかを確認したい。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
660.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売に係る体制整備は、当該販売方法を用いた保険募集を行う乗合代理店に対して求められるものであるが、保険会社においても、乗合代理店に対する教育・指導・管理のなかで、適切な比較推奨販売を行うよう求め、問題があれば改善策を指示した上で、なお改善が認められない場合は毅然とした対応(当該保険会社の新規販売の停止や委託解除等)を行うべきである。 また、保険会社においては、監督指針Ⅱ－4－2－12（保険代理店等に対する便宜供与)、監督指針Ⅱ－4－2－13(保険代理店に対する出向)に則した対応・体制整備が必要であることに留意する必要がある、との理解でよいか。	貴見のとおりです。 なお、ご意見にある「改善が認められない場合」の対応については、各保険会社の経営判断の下、代理店委託契約に基づき適時・適切に実施されるべきものと考えます。
661.	－	乗合代理店における比較推奨販売に関する体制整備については、顧客の最善利益を勘案した上で、顧客の適切な商品選択の機会が阻害されないよう、また、代理店が主体的に定める前提で、保険会社が、代理店の規模や業務特性に応じて、関連する参考ツールや雛形等を参考として提供することは、監督指針Ⅱ－4－2－1(4)に定める教育・管理・指導に含まれるとの理解でよいか。	貴見のとおりです。 なお、ご意見にある「ツールや雛形等を提供する」に当たっては、Ⅱ－4－2－12に基づき、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に該当しないかなど、顧客の適切な商品選択の機会を阻害するおそれがないかという観点から留意する必要があると考えます。
662.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売が適切に実施されているかを確認・検証するための実施頻度について、どの程度の頻度を想定しているのかを明らかにして欲しい。	比較推奨販売の実施状況の確認・検証については、乗合代理店における募集実態やリスクの程度等を踏まえたうえで、合理的かつ実効的に行われる必要があるほか、確認・検証が形骸化することのないよう、その方法や頻度についても、自ら検討し、継続的に見直すことも必要と考えます。
663.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店が策定する提示・推奨する基準や理由等に関する社内規則等は、想定される顧客の意向ごとに選別され	比較推奨販売に係る社内規則については、例えば、基本的な考え方や比較推奨販売に関する事項(提示・推奨する基準や理由

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		る保険契約を定めておき(その選別が合理的なものであるという前提)、その中から特定の保険契約を推奨する場合は、その推奨する基準や理由等を定めておくという理解でよいか。	等)、記録・証跡保存に関する事項(保存期間や保存方法な)を規定する必要があると考えます。 なお、顧客の意向を一定類型化し、類型化された意向に対応する商品をツール等を用いて顧客の意向の特定に活用すること、及び基本的な考え方として当該取組を社内規則に定めることは否定されませんが、類型化された意向に対応する商品は流動的と考えられるため、特定の商品をあらかじめ社内規則等に定めることは不適切と考えます。
664.	―	比較推奨販売の厳格化による実務負担の増加を見越し、乗合保険会社数の削減や専属化を検討する代理店が既に存在しており、今回の監督指針改正により、その動きが一層加速することが懸念される。 こうした結果、顧客の選択肢が縮小し、顧客本位の業務運営に逆行するのみならず、顧客からの批判を招くおそれがあるため、現場実態を踏まえた柔軟な指針運用を行うべきではないか。	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売に係る体制整備については、顧客の最善の利益を勘案しつつ、適切な商品選択の機会を確保するため、乗合代理店の規模や業務特性等に応じて、自社の募集実務や募集形態等を踏まえた適切な比較推奨販売が実施されるよう実効的な体制が整備されることが重要であり、監督指針は、一律かつ画一的な対応や、規模・業務特性等に照らして過度な実務上の負担を求める趣旨ではありません。 また、保険募集人(乗合代理店)には、法令に基づき、自らの所属保険会社等の保険商品について、顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められています。そのため、保険契約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った体制整備を図ることが必要と考えます。
665.	―	比較推奨販売に係る実務負担が大きくなることで、同業他社を含め、乗合として取り扱う保険会社数を減らす動きが広がっている。今後、比較推奨の負担が一層重くなれば、この傾向が加速し、結果として顧客の選択肢が狭まり、顧客利益を損なうおそれがあるのではないか。	
666.	―	比較推奨販売に伴う実務負担が増加することで、乗合代理店が負担軽減を目的として取り扱う保険会社数を減らす動きが生じ、その結果、顧客が選択できる保険会社や商品が減少し、顧客利益が損なわれる可能性があるのではな	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		いか。	
667.	―	乗合代理店が取り扱う保険会社数が増えることで、商品説明や比較に要する工数が増加し、また、保険会社ごとに異なるシステムへの対応が煩雑化することにより、事務ミスが生じやすくなるおそれがある。その結果、加入漏れや再契約といった顧客不利益や負担増加につながる可能性があるのではないか。	
668.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客の中には、限られた時間の中で、簡潔かつ要点を押さえた説明を希望する者も多い。比較推奨への対応が形式的に長時間の説明を求める運用となるのではなく、説明内容や範囲について、顧客の意向や状況に応じて柔軟に対応できる運用が望ましいと考えられる。	
669.	―	規則第227条の2第3項第4号ハの廃止及び同号ロの改正に関連した監督指針の改正に対し、下記の意見を表明する。 現状、各損害保険会社の代理店に対する規模や増収率に偏った代理店手数料格差が生じた状態において、今回の代理店に課された比較推奨販売を遂行するには、営利企業として特定の保険契約を推奨する場合に、監督指針案Ⅱ－4－2－9(5)①B.(a)に記載の「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」する事は現実的ではないと考える。 また、乗合代理店における顧客の意向として、迅速な保険契約の締結が第一である場合等、 (b) 顧客の意向が不明確な場合(注3)「顧客の意向を顧みず、営業上の理由から	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		恣意的に特定の保険契約へ誘導する事のないよう留意する」とあるが、顧客の意向を顧みた上で、営業上の理由(特定の保険会社の事務手続き・経営方針上の理由)を説明した上で、特定の保険会社の保険契約を提示・推奨する事は許容されるべきであると考える。 現状のまま、乗り合い代理店の比較推奨販売の確保の為の情報提供に係る規定を改正、施行した場合、多くの乗合代理店は保険商品毎の乗合の解消、若しくは専属代理店への移行に繋がり、それにより、結果的には顧客の選択肢が減少し、顧客本位ではない改正になりかねないと考える。	
670.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客に対してカーライフ全般をサポートする中で、とりわけ保険については時間をかけた過度な説明を求めない顧客も多く、比較推奨の対応について、顧客の希望に沿った柔軟な運用となるよう定めていただきたい。	
671.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売に係る体制整備の一環として言及されている「保険代理店等に対する便宜供与」について、保険募集に関連するシステム費用を保険会社が負担する場合、その費用水準の適切性を検証することが難しく、過度の便宜供与の抜け道となるおそれがある。 このため、保険会社においては、細かなガイドラインの整備や検証体制の構築により、過度の便宜供与を防止すべきである。	貴重なご意見として承ります。 保険代理店等に対する便宜供与については、Ⅱ－4－2－12 に基づき、顧客の適切な商品選択の機会を阻害するおそれがないかという観点から、その適切性を確認することが重要です。 その内容や水準等が過度の便宜供与(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)に該当しないかについては、個別具体的に判断されるべきものです。 各保険会社においては、監督指針の趣旨を踏まえ必要に応じて内部ルールや検証態勢を整備するなど、便宜供与が顧客本位の業

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			務運営を損なうことのないよう、適切に対応していくことが求められます。
672.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売への負担増に伴い、乗合代理店から専属代理店への移行を検討する代理店も出てくると想定されるが、保険会社と代理店の今後の関係性について、貴庁の見解を伺いたい。	保険募集人(乗合代理店)には、法令に基づき、自らの所属保険会社等の保険商品について、顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められています。そのため、保険契約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った体制整備を図ることが必要と考えます。 また、保険会社と保険代理店の関係については、過度の便宜供与や不適切な出向によって、顧客の適切な商品選択の機会が阻害されないよう留意しつつ、法令に基づく教育・管理・指導を通じて、公正な保険募集と顧客本位の業務運営を確保することが重要と考えます。
673.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)②ウ.(注)において、「顧客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確認・検証できるものであること」とされているが、これは、「顧客の属性」に応じて保険契約を選別・推奨することを意図したものではなく、顧客保護等(Ⅱ－4－4)の規定に照らし、顧客の年齢等の属性を踏まえた説明が適切に行われているかを確認・検証する趣旨との理解でよいか。	貴見のとおりです。 Ⅱ－4－2－9(5)②ウ.(注)における「顧客の意向や属性に応じた比較推奨販売に係る説明」とは、Ⅱ－4－4における「顧客保護等」の趣旨を踏まえ、顧客の年齢、知識、経験等に応じて、比較推奨販売に係る説明が分かりやすく適切に行われているかを事後的に確認・検証できる状態を求めるものです。 したがって、当該記載は、顧客の属性のみを理由として保険契約を選別・推奨することを求める趣旨ではありません。 一方で、顧客の属性が顧客の意向や理解度、説明方法に影響する場合には、その点を踏まえた適切な説明が行われる必要があります。
674.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売に係る記録や証跡の保存については、法令等で特段の定めがある場合を除き、乗合代理店が、事後検	貴見のとおりです。 比較推奨販売に係る記録・証跡等の保存期間については、法令

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		証の実行可能性や顧客保護の観点を踏まえて、合理的な保存期間を社内規則等で定め、その規則に従って運用・保存していれば、適切な態勢整備が図られていると理解してよいか。	等で特段の定めがある場合を除き、一律の期間を求めるものではありません。 各乗合代理店において、自社の規模・業務特性、募集形態等を踏まえ、比較推奨販売の適切性を事後的に確認・検証し、必要な改善につなげることが可能となる合理的な保存期間を社内規則等で定め、それに従って適切に運用することが重要です。
675.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針にいう「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・検証しているか」とは、どのような状態を指すのか。 効率的・効果的と評価されるための具体的な基準や考え方を明らかにしてほしい。	効率的かつ効果的に確認・検証している状態とは、乗合代理店の規模・業務特性、募集形態等を踏まえ、比較推奨販売の適切性について、リスクに応じた合理的な方法により確認・検証が行われている状態をいうものです。 例えば、全件確認を一律に求めるものではなく、苦情・不祥事の発生状況、保険募集人・拠点ごとの傾向、特定の保険会社又は特定の保険契約への偏り等を踏まえたサンプリング調査や重点確認を行うことも考えられます。 また、確認・検証の結果、問題や改善点が認められた場合には、保険募集人への教育・管理・指導、社内規則や記録方法の見直し等、必要な業務改善につなげることも重要です。
676.	－	適切な比較推奨販売とは、どのような観点・基準で判断するのか。具体的な基準や考え方を示してほしい。	適切な比較推奨販売が行われているかは、画一的な基準への形式的な適合のみで判断されるものではありません。 例えば、顧客の意向や属性が適切に把握されているか、当該意向に沿って比較可能な同種の保険契約から合理的に選別・推奨されているか、提示・推奨の基準や理由が顧客に分かりやすく説明されているか、特定の保険会社又は特定の保険契約を不当に誘引していないか等を踏まえ、総合的に判断されるものと考えます。 また、これらの対応が事後的に確認・検証できるよう、必要な

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			記録・証跡を保存し、確認・検証結果を必要に応じて業務改善に活用する体制が整備されていることも重要です。
677.	Ⅱ－4－2－9(5)	「証跡等の保存に当たっては、顧客保護等(Ⅱ－4－4)の規定も踏まえつつ、顧客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確認・検証できるもの」とされているが、乗合代理店の規模・特性に応じて、確認・検証が可能な形で、乗合代理店が顧客に説明、確認した事実を証跡等により保存する体制が求められているものであり、その証跡等については、必ずしも、顧客による署名等を要するものではないという理解でよいか。	貴見のとおりです。 Ⅱ－4－2－9(5)②ウ.は、乗合代理店の規模や業務特性を踏まえ、顧客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を、事後的に確認・検証できる体制を求めるものです。 したがって、説明・確認を行った事実や内容が客観的に確認できる形で保存されていれば足り、証跡等について、顧客の署名・押印等を一律に求める趣旨ではありません。
678.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売の適切性に関する記録・証跡の効率的な確認・検証方法として、乗合代理店が実施するモニタリング等において、顧客の意向と保険募集人が選別した保険契約の対応関係の適切性について、提示・推奨理由が、顧客の最善利益を踏まえたものかどうか、あるいは、合理的かつ一定の具体性を有しているか、といった観点から、サンプリング調査を実施することも選択肢として考えられるかを確認したい。	比較推奨販売の実施状況に係る確認・検証について、金融庁として、一定の頻度、一律の方法又は確認水準を定めるものではありません。 各乗合代理店においては、自社の規模・業務特性、募集形態、苦情・不祥事の発生状況、特定の保険会社又は特定の保険契約への偏り等のリスク等を踏まえ、合理的な頻度・方法により確認・検証を行うことが重要です。 確認・検証の方法としては、全件確認を一律に求めるものではなく、例えば、顧客の利益に照らして不適切な偏りがないか等の観点から、サンプリング調査を行うことも、効率的かつ効果的な確認・検証方法の一つと考えられます。 ただし、サンプリング調査を行う場合においては、サンプリングの対象や抽出方法等において、実効的な検証が出来るよう、慎重に検討する必要があります。 また、確認・検証の結果、課題が認められた場合には、保険募
679.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)②について、「定期的かつ必要に応じて、その実施状況を確認・検証する態勢が構築されているか」とあるが、確認・検証の頻度や厳格さがどの程度求められるのか。また、規模や業務特性に応じた柔軟な対応がどこまで許容されるのか伺いたい。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			集人への教育・管理・指導、社内規則や記録方法の見直し等、必要な業務改善につなげることも重要と考えられます。
680.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)②に関し、更新契約については、保険会社から更新案内が送付され、そのまま顧客がWEB 上で手続きを完結する場合がある。このような場合には、乗合代理店の都合による保険契約の選別や提示・推奨が行われないため、販売の適切性等の確認・検証に必要となる記録や証跡は不要との理解で問題ないか。	比較推奨販売に係る記録・証跡等は、乗合代理店が保険契約の比較・選別・提示・推奨に関与した場合に、その適切性を事後的に確認・検証するためのものです。 したがって、更新契約において、保険会社からの更新案内に基づき顧客が自らWEB上で手続きを完結し、乗合代理店による新たな比較・選別・提示・推奨が行われていない場合には、当該乗合代理店において比較推奨販売に係る記録・証跡を、その都度保存することが一律に求められるものではありません。 一方で、WEB上での手続きの過程において、乗合代理店が更新時に商品内容の変更提案、他社保険契約との比較、特定の保険契約の推奨等に実質的に関与する場合には、その態様に応じて、比較推奨販売に係る説明及び記録・証跡の保存が必要となります。
681.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売の適切性の確認・検証のために記録や証跡等の保存を求めているが、満期更新において、同一の保険会社・同一の保険種目で更新し、かつ、補償内容が縮小しない場合であっても、都度、比較推奨を行い、その記録を残す必要があるのか。	顧客が既契約の更新を主体的に希望し、乗合代理店による新たな比較・選別・提示・推奨が実質的に伴わない場合には、比較推奨販売に係る記録・証跡等の保存を一律に求めるものではありません。 一方、乗合代理店が他の保険契約との比較説明又は特定の保険契約の選別・提示・推奨を行う場合には、その内容に応じた説明を行い、適切性を事後検証できる記録・証跡等を保存する必要があります。
682.	－	他保険代理店から契約が移管された契約で、引受保険会社や引受割合が変更される場合には、移管先乗合代理店の全ての乗合保険会社を示し、前契約の保険会社へ恣意的に	他の保険代理店から契約が移管された後の契約であっても、移管先の乗合代理店が、引受保険会社の変更又は引受割合の変更を含め、保険契約を選別し、提示・推奨を行う場合には、比較推奨

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		誘導することなく、比較推奨販売方針に従って契約者の意向を確認し、その証跡を残す必要があるとの理解でよいか。 　また、過去の移管契約についても、意向確認が十分でなかった場合には、改めて意向確認・証跡保存が必要との理解でよいか。	販売に係る規定の適用関係を踏まえた対応が必要となります。 　その場合、移管先代理店においては、顧客の意向を適切に把握・確認し、当該意向に沿って合理的に保険契約を選別・推奨するとともに、その内容を事後的に確認・検証できるよう、必要な記録・証跡を保存することが重要です。 　一方で、過去に移管された契約について、今回の監督指針改正を理由として、遡って顧客意向の確認や記録・証跡の再作成を一律に求めるものではありません。 　ただし、今後の更新・更改等に際して、保険契約を選別し、提示・推奨を行う場合には、その時点で顧客の意向を適切に確認し、必要な対応を行うことが求められます。
683.	Ⅱ－4－2－9(5)	DMにアンケート要素を盛り込むなどして、来店前に一定の意向把握が行われた上で顧客が来店するケースも想定される。その場合であっても、他の保険契約を取り扱っている旨の説明を行い、顧客が他の保険契約や保険種目の紹介を望まなかったことが、事後的に確認できるような体制整備が必要と考えるが如何か。	DM等にアンケートを盛り込むなどして、来店前に一定の意向把握を行うこと自体は否定されるものではありません。 　ただし、DMについて、アンケートと称して、特定の保険契約の推奨・提案を意図した意向把握を行うことは比較推奨販売に係る規制を潜脱するものとなり、不適切となります。 　また、当該アンケートのみで顧客の意向把握が常に完結するものではなく、来店時の募集実態に応じて、顧客の意向を適切に確認し、必要な情報提供や比較推奨販売に係る対応を行う必要があります。 　なお、証跡については、画一的・詳細な記録を一律に求めるものではなく、顧客の主な意向、説明内容、他保険契約の案内を希望しない旨等を、募集実態に即して合理的な方法で確認できる程度で足りるものと考えます。
684.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険会社からは、意向把握に関する記録として、保険会	意向把握や比較推奨販売に係る記録・証跡は、顧客の意向を踏

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		社又は保険契約選別に至った証跡の保存が必須との指導を受けているが、金融庁としても同様の考えか。 　また、当初の意向に基づいて保険会社又は保険契約を選別して提案した後、提案過程で顧客の意向が具体化・変化し、結果的に当初選定とは異なる保険契約を選択した場合、保存している証跡と異なる申込みとなるが、それ自体が問題となるのか。	まえた合理的な提案が行われているかを事後的に確認・検証するためのものであり、保険会社又は保険契約の選別に至る判断過程を網羅的に保存することを一律に求めるものではありません。 　一方で、顧客の意向に基づきどのような比較・選別・推奨が行われたかを、事後的に確認できる程度の記録・証跡を保存することは必要です。 　また、提案過程において顧客の意向が明確化又は変化し、当初選定した保険契約とは異なる保険契約を選択すること自体が直ちに問題となるものではありません。その場合には、意向の変化や最終的な選択理由が合理的に説明できるよう、必要な範囲で記録・証跡を整備することが重要です。
685.	―	比較推奨販売に関し、乗合代理店としての推奨に関する全体的な考え方(方針)を示すだけでは足りず、全ての案件について、全ての項目を契約者に説明し、かつ、その説明を行った証跡を残す必要があるのか(生命保険における意向確認のような運用が必要になるのか)を確認したい。	比較推奨販売においては、全ての案件について、全ての項目を契約者に網羅的に説明し、その全てについて証跡を残すことを一律に求めるものではありません。 　重要なのは、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号の趣旨を踏まえ、顧客の意向や商品特性、募集形態等に応じて、顧客の判断に必要な事項が分かりやすく説明されていることです。 　また、記録・証跡についても、当該募集において、顧客の意向に沿った比較・選別・推奨が合理的に行われていたかを事後的に確認・検証できる内容である必要があります。 　なお、保険代理店として推奨方針や判断基準を定める場合であっても、それが個別の顧客意向に照らして適切に運用されていることが重要です。
686.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売に係る記録や証跡について、どのような記録方法が認められるのか、保存期間はどの程度か、保存す	比較推奨販売に係る記録・証跡等については、比較推奨販売の実施状況の適切性を事後的に確認・検証し、必要に応じて改善す

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		べき内容(項目)は何か、を明確にしてほしい。	ることが重要であることから、その確認・検証に資する記録や証跡等を作成・保存する体制を整備することを求めたものであり、保存内容、保存媒体、保存方法、保存期間等について、一律の方法や水準を定めるものではありません。 各乗合代理店において、自社の規模・業務特性、募集形態、取扱商品、苦情・不祥事の発生状況、特定の保険会社又は特定の保険契約への偏り等のリスク等を踏まえ、合理的な頻度・方法により確認・検証を行うことが重要です。 保存内容については、顧客の主な意向、顧客の属性、意向把握の方法、比較・選別の対象範囲、提示・推奨した保険契約、提示・推奨の基準や理由、顧客への説明内容の概要等を記録することが考えられます。当該募集が顧客の意向に沿って合理的に行われたかを、事後的に確認できる程度の記録・証跡が必要です。ただし、顧客との全ての発言、応答、反応や、乗合代理店の詳細な判断過程を網羅的に記録することを一律に求めるものではありませんが、顧客の意向が変化した場合など、最終的な提示・推奨又は申込内容との関係を説明する上で重要な事情は、必要な範囲で記録することが望ましいと考えます。 保存媒体・保存形式については、紙媒体に限りません。電子データ、システム入力記録、音声データ、録画データ等を用いることも考えられます。また、顧客の署名・押印付き書面を一律に求めるものではありません。事後的に客観的な確認・検証が可能な方法で保存されていれば足りるものと考えます。 保存方法については、比較説明時に使用したパンフレット、見積書、チェックリスト、意向確認シート、推奨判断結果シート等
687.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売に係る記録・保管方法について、施行に向けて準備に着手したいものの、具体的にどのような手段で、どのような記録を管理すべきか、実務上のイメージが描きにくい。 記録や管理方法が過度に煩雑な場合、対応が一時的なものにとどまり、制度として定着しないおそれがある。 比較推奨販売の記録・保管方法について、監督当局等からの要請に対し、内容を再現・提示できるものであれば、紙媒体、電子データ(PDF等)など、保存形式は問わないとの理解でよいか。 比較説明時に使用したパンフレット、見積書等をエビデンスとして保管し、記録については説明時の比較ポイント等を要約して残す運用でも差し支えないか。 実務対応の統一を図る観点から、推奨される記録フォーマットや記載項目について、参考例を示していただきたい。	
688.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)②ウ.について、以下の点を確認させていただきたい。 ① 比較推奨販売の適切性を確認・検証するための記録・証跡の残し方について、想定している具体的な基準や考え方はあるか。 例えば、顧客とのやり取りを音声データとして保存する方法、文書として保存する方法、チェックリスト等により要点のみを記録する方法などが考えられるが、これらの取	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		扱いについての考え方があれば伺いたい。 ② 当該記録や証跡等の保存期間について、監督上想定している期間や考え方はあるか。 記録内容には、個人情報や、必要に応じてセンシティブな情報が含まれる可能性もあることから、念のため確認させていただきたい。 終身契約が多い生命保険や退職後も長く契約をいただいている自動車保険等を勘案すると、記録の保存は長期間必要ではないかと考えている。 ③ 「効率的かつ効果的」な確認・検証について、確認・検証の頻度や実施方法(全件確認かサンプリング等)に関し、想定している水準や考え方があれば伺いたい。	を保存する方法も考えられます。その上で、比較ポイントや提示・推奨理由を要約して記録する方法も、事後検証が可能であれば差し支えありません。また、記録システム等におけるプルダウン方式による記録も活用し得ます。ただし、選択肢のみでは顧客意向や推奨理由との関係を十分に確認できない場合には、必要に応じて補足記録を行うことが重要です。 保存期間については、法令等に特段の定めがある場合を除き、一律の期間を求めるものではありません。各乗合代理店において、契約の性質、保険期間、募集形態、苦情・紛争対応、顧客保護、個人情報保護、事後検証の必要性等を踏まえ、合理的な保存期間を社内規則等で定め、適切に運用することが重要です。 非対面募集についても、募集実態に応じた合理的な方法で記録・保存することが重要です。例えば、通話記録、システム入力記録、電子的な意向確認結果等により、顧客の意向確認や説明内容を事後的に確認できる態勢を整備することが考えられます。 確認・検証方法については、全件確認を一律に求めるものではありません。乗合代理店の規模・業務特性、募集形態、苦情・不祥事の発生状況、特定の保険会社又は特定の保険契約への偏り、保険募集人ごとの傾向の確認に加え、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが廃止されているかについて、拠点ごとの傾向等を踏まえた確認・検証をする必要があると考えます。その上で、サンプリングや重点確認を含むリスクベースの方法により、効率的かつ実効的に確認・検証することが考えられます。確認・検証の結果、課題が認められた場合には、保険募集人への教育・管理・指導、社内規則や記録方法の見直し等、必要な業務改善につなげ
689.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)②ウ.について、比較推奨販売の適切性を確認・検証するために記録や証跡等の保存が義務付けられているが、その「記録・証跡等」として、具体的にどのようなもの・どのような内容が必要とされるのか伺いたい。 例えば以下の内容について伺いたい。 ・顧客とのやり取り等を残す必要はあるか ・記録システム等にて記録をする場合に、選択肢(プルダウン方式)だけでもよいか ・満期更新において、同保険会社・同保険種目での更新において、補償内容が縮小しない場合においても、都度比較推奨を行い、その記録が必要か	
690.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売に係る記録や証跡について、具体的にどの	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ような項目を残す必要があるのか。あわせて、保存期間は各乗合代理店の判断でよいのか、保存方法は紙媒体に限られるのかについて確認したい。	ることが求められます。 金融庁として、比較推奨販売に係る記録や証跡等の保存について、一律の記録フォーマット、記載項目、保存媒体、保存期間又は確認・検証方法を定めるものではありません。各乗合代理店においては、形式的な記録作成に偏らず、実効的な記録・検証態勢を整備することが重要であり、顧客本位の業務運営が実質的に確保されることが重要と考えます。
691.	―	比較推奨販売に係る記録や証跡として、音声データや録画データを保存することが認められるのかを確認したい。	
692.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売に係る証跡について、最低限必要な記録内容を具体的に示してほしい。	
693.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売の適切性の確認・検証に必要な「記録・証跡」として、乗合代理店が社内規定に基づき独自に作成した、意向確認(推奨判断結果を含む)シートを保存し、これを用いて確認・検証する運用でも、要件を満たすと考えてよいか。	
694.	Ⅱ－4－2－9(5)	一又は二以上の推奨保険契約を決定した場合において、乗合代理店の判断根拠や顧客の反応までを記録する必要があるか。	
695.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客意向に沿った契約条件によっては、保険料試算に保険会社の承認が必要となり、すぐに試算・加入できない場合がある。顧客がすぐに加入できる保険契約を希望する場合、乗合代理店がその場で試算・加入可能な保険契約に限定して推奨することは許容されるか。 その場合、保険募集人が選定しなかった理由として、その場ですぐに試算・加入できない保険契約であったこと、顧客が即時加入を希望していたことを記録として残せば、証跡として足りるかを確認したい。	保険会社及び乗合代理店においては、取り扱う保険契約について、顧客の選択に支障を来さないよう必要な説明や保険料試算等を適時・適切に行える態勢を整備することが重要です。 その上で、顧客が即時加入を希望している場合であっても、即時の試算・加入の可否のみならず、保障(補償)内容、特約等の商品特性や保険料水準等の顧客が重視する事項に関する意向を把握し、当該意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき保険契約を選別し、提示・推奨することも重要です。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			この場合には、即時の試算・加入の可否に係る判断についても、客観的かつ合理的な理由に基づくものであり、代理店の都合のみで特定の保険契約を優先するものとならないよう留意する必要があります。 証跡としては、商品特性に関する顧客の意向やそれに対応する推奨理由等のほか、顧客が即時加入を希望していたこと、各保険契約の即時の試算・加入可否の判断理由及び当該理由も踏まえて提示・推奨対象を限定した経緯についても事後的に確認・検証できる程度に記録しておくことが重要です。
696.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険会社が日常の指導や代理店監査等を通じて、乗合代理店における比較推奨販売に関する体制整備の状況を確認する際には、乗合代理店の管理する資料や証跡・記録等に、当該乗合代理店又は他の保険会社等の機密情報、当該保険会社の顧客でない者の個人情報が含まれ得ることに十分留意し、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)②ア.～エ.の遂行状況を確認することも選択肢と考えるが、その理解でよいか。	ご理解のとおり、保険会社が代理店監査等を通じて乗合代理店の比較推奨販売に係る体制整備状況を確認する際には、当該乗合代理店又は他の保険会社等の機密情報、当該保険会社の顧客ではない者の個人情報等が含まれ得ることに留意する必要があります。 そのため、保険会社においては、確認の目的に照らして必要かつ相当な範囲で、マスキング、匿名化、データの抽出を代理店に指示した上での確認や、体制整備状況を確認する等の方法を用いることも考えられます。 一方で、機密情報や個人情報に関して適切に配慮しつつ、確認・検証が形骸化しないよう、保険会社は、乗合代理店に対する教育・管理・指導の実効性を確保する観点から、比較推奨販売に係る体制整備状況を適切に確認する必要があります。
697.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売の適正化に当たっては、現場実務として対応可能な範囲での制度設計が不可欠である。 全ての案件において画一的な全社比較や詳細な説明・記	比較推奨販売の適正化については、全ての案件について、取扱保険会社全社の商品を画一的に比較し、又は詳細な説明・記録を一律に求めるものではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		録を求めると、形式的対応が増え、制度が形骸化するおそれがある。 小口案件、更新案件、短時間での来店・電話対応等、実務上の多様なケースを踏まえ、比較の深さや範囲に柔軟性を持たせた運用が必要である。現場で守れない制度とならないよう配慮した設計を求める。	乗合代理店においては、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号の趣旨を踏まえ、顧客の意向、属性、理解度、保険商品の性質、募集形態、取引規模等に応じて、顧客の判断に必要な情報を分かりやすく提供することが重要です。 また、比較推奨販売に係る記録・証跡は、当該販売の適切性を事後的に確認・検証し、必要な改善につなげるために重要ですが、全件について説明内容や判断過程を網羅的・詳細に記録することを一律に求めるものではありません。乗合代理店においては、自社の規模・業務特性、募集形態等を踏まえ、顧客の主な意向、比較・選別の対象範囲、提示・推奨の基準や理由等を事後的に確認できる程度の記録を、創意工夫のもと合理的な方法で保存する態勢を整備することが重要です。 また、顧客の意向や希望を踏まえ、形式的な対応に偏ることなく、顧客の理解と利便性に配慮した効率的かつ実効的な対応が求められます。 金融庁としても、形式的な書面作成や記録保存にとどまらず、顧客本位の業務運営が実質的に確保されているかという観点から、乗合代理店の規模・業務特性等も踏まえ、適切にモニタリングしてまいります。
698.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売の説明内容や判断理由を、事後的に検証可能な形で記録すること自体は重要と理解している。一方で、履歴入力や記録義務の強化は現場の業務負担を確実に増加させる。特に中小代理店では、人員・時間に制約がある中で、長時間労働につながる可能性が高まる。制度趣旨を損なわずに定着させるためには、負担増を前提とした配慮や、実務面での支援策と併せて検討されるべきと考える。	
699.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売の適切性を確認・検証するため、所属保険会社や契約内容、提案・推奨理由等について、合理的かつ一定の具体性を有する説明や記録を行うことが求められている。 しかし、このような一連の対応は、顧客を長時間拘束することとなり、顧客の負担増につながるおそれがあると考えられる。顧客負担との関係について、金融庁の考え方を確認したい。	
700.	Ⅱ－4－2－9(5)	改正案は「顧客本位の業務運営」及び「競争環境の健全化」を目的としており、現場の実務負荷や乗合代理店の実態を十分に踏まえた内容になっていないと考える。保険は	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		社会生活に不可欠なインフラであり、その提供を担う保険代理店や保険募集人が健全に業務を行える環境が整ってこそ、初めて顧客本位が実現するものと考える。 意向把握や比較推奨、体制整備に関する書類や証跡の作成業務が大幅に増加することによって、顧客との対話時間の減少、意向把握や説明の形式化、顧客への商品説明が拙速となり理解が不十分となること、更新やアフターフォローの後回しなどかえって顧客本位を損なうおそれがある。 実務上、達成困難な要件は、形式的な対応となり、実態と乖離した帳票の作成、証跡作成を目的とした書類の作成、内部監査の形骸化、虚偽報告等不正リスクを高める結果につながる。規制強化が不正防止につながるとは限らず、逆効果となる可能性を十分に考慮すべきである。 保険は任意契約であっても、実質的には社会生活に不可欠なインフラであると考えている。インフラを支える保険代理店・保険募集人が過度な負担を強いられ疲弊すれば、以下のような社会的リスクが高まる。 ・説明不足によるトラブル増加 ・更新漏れや手続きミスの増加 ・苦情件数の増加 ・顧客の保険加入率低下 ・社会全体のリスク耐性の低下 制度設計においては、現場の負荷が社会全体に波及する影響を重く見る必要がある。 ついては、以下のとおり現実的かつ実効性のある制度設	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		計をお願いしたい。 (1)書類・証跡の簡素化 ・証跡は「必要最小限」に限定する ・書類の量ではなく、プロセスの実質を評価する (2)代理店規模に応じた段階的な義務設定 ・大規模代理店と中小代理店を同一基準で縛らない ・実務負荷に応じた合理的な要求水準を設定する (3)現場の声を制度設計に反映する仕組みの構築 ・保険代理店・保険募集人の意見を継続的に吸い上げる仕組み ・実務者との対話を通じた制度の改善 ・書類中心ではなく、顧客との対話を重視する評価軸の導入 顧客本位の業務運営を実現するためには、制度の理念だけでなく、現場が健全に働ける環境が不可欠であることから、金融庁には、現場の実態を踏まえた現実的で実効性のある制度設計を強く求める。	
701.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売の適切性を確認・検証するために保存が求められる記録や証跡について、顧客から明示的な意向が示されない場合に限らず、全てのケースで記録・証跡を残すことが原則と理解してよいかを確認したい。記録・証跡の作成を一部のケースに限定すると、適切な事後検証に支障を来すのではないか、との懸念がある。	比較推奨販売の適切性等の確認・検証に当たっては、顧客の意向が明示されるかどうかに関わらず、比較推奨販売が行われた全ての場合において、事後的な確認・検証が可能となるよう必要な記録や証跡等が整備・保存されていることが必要です。 ただし、全ての案件について詳細かつ網羅的な記録や証跡等を一律に求めるものではなく、募集実務や契約の性質等を踏まえ、事後的な確認・検証が可能となる水準で整理・保存される必要があると考えます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
702.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売に係る証跡の保存・検証態勢について、保険会社ごとに異なるシステムが提供されている現状は、乗合代理店にとって過度な事務負担と管理の複雑化を招いている。 業界団体(協会等)主導による標準的なシステムの推奨や保険会社間でのデータ形式の統一化に向けた当局の働きかけが望まれる。 監督指針Ⅱ－4－2－9(5)②ウ.(注)では「顧客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確認・検証できるものであること」と記載されているが、現在の実務では、保険会社ごとに保存形式や検証項目が統一されていないことから、乗合代理店において効率的かつ効果的な確認・検証を行うためには、乗合代理店が複数の保険会社の情報を一元管理できる環境が不可欠であると考える。 保険会社ごとに異なるシステム対応を強いられることは、乗合代理店の規模や業務特性によっては、本質的な顧客保護に充てるべきリソースを事務作業に充てざるを得ない状況となってしまう。 保険業法第294条の3の趣旨を真に反映させるためにも、業界標準となるシステム基準の策定や、プラットフォームの共通化に向けた指導を検討いただきたい。	貴重なご意見として承ります。 今般の監督指針改正は、特定のシステムやデータ形式の統一を一律に求めるものではなく、保険募集人が規模や業務特性等に応じて実効性のある体制を構築することを求めるものです。
703.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客意向の記録・保管について、乗合代理店の実務に過度な負担とならないルール作りが必要である。あわせて、簡便に対応可能なプラットフォームの提示や提供を要望	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		する。	
704.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針の改正案については損害保険会社において幅広く解釈されており、乗合代理店の体制整備に関して異なる対応が求められている。 また、現下の人手不足の状況において、取引先も含め全ての乗合代理店が必要な人員を確保出来るかについては、早期の実現可能性に懸念があると考えている。 体制整備について規模や取扱い保険ごとに基準を示していただきたい。 また、損害保険会社を問わず共通して使用可能な意向確認の記録方法について、業界全体での統一的な検討をお願いしたい。	
705.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売における説明内容を記録として残す重要性は認識しているが、現場では、どのような方法で提案・説明を行った証拠を残せばよいのかが不明確である。 書面・電子記録など様々な手段が考えられる中で、業界として一定の基準や推奨される方法が示されれば、より適切な対応が可能になる。比較推奨に係る説明の記録方法について、実務を踏まえた共通のガイドライン等の整備を検討いただきたい。	
706.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売の適切性を事後的に検証するための記録や証跡の保存期間について、適切な保存期間や保存内容を具体的に示した明確なガイドライン・指針を整備すべきではないか。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
707.	―	比較推奨販売の見直しにより、代理店独自の基準で推奨する保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハが廃止され、顧客の意向把握に基づき保険契約の絞り込みを行う運用が求められることは理解している。 一方で複数保険会社における契約整理、推奨理由の記録、社内規程やシステム整備には相当の準備期間が必要であり、準備期間が短い場合には現場混乱や顧客対応品質の低下、取扱保険会社の縮小につながるおそれがある。 また、顧客の意向確認と証跡保存がより重要となることから、保険募集人・顧客双方の負担が増大する懸念がある。顧客の意向を確認したことを証明することの法令上の根拠や要件が分かりにくく、適切に対応できているかを客観的に証明することが難しいことから、明確なルールや統一的な様式・基準・考え方を提供いただきたい。	
708.	―	比較推奨販売に係る記録・証跡の保存期間などの社内規則等への反映や、それに基づく比較推奨販売の適切性の効果的かつ効率的な確認・検証が検討されているが、記録・証跡のフォーマット、最低限必要となる項目を明確化していただきたい。 保険会社が乗合代理店にフォーマットを提示することは、乗合代理店が保険会社を選定した記録を残す趣旨に照らし適切でない可能性がある。 乗合代理店が自社の比較推奨販売方針に基づきフォーマットを策定することが望ましいが、システム構築に時間・労力がかかることが想定され、十分な手当てができな	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		い懸念がある。	
709.	Ⅱ－4－2－9(5)	多くの保険会社を取り扱う乗合代理店については、全ての保険会社の試算結果を提示して、それぞれ2つずつ説明するのは現実的ではない。 例えば、「保険料重視の顧客意向に沿って、一般的な消費者が求めるであろう補償内容を基準として、同等の補償内容で複数保険会社の保険料をあらかじめ比較し、保険料水準において安い上位〇社で提案した」というような根拠を示したうえで、その見積書を証跡として顧客へ確認した事実として残すことは認められるか。	顧客が保険料水準を重視する意向を有する場合に、保障(補償)内容、特約、保険金額、免責金額、保険期間、対象リスク等の前提条件を可能な限り同一又は近似の条件にした上で、複数保険会社の保険料を比較し、その結果を提示・推奨理由の一つとすることは考えられます。その際は、比較説明及び推奨販売に該当し得ることから、Ⅱ－4－2－9(5)①A.及びB.に照らして、適切に顧客に説明する必要があります。 ただし、当該取扱いに当たっては、比較の前提となる保障(補償)条件、選定方法、対象保険会社の範囲及び保険料算定条件が合理的である必要があります。また、特定の保険会社又は特定の保険契約を恣意的に優先する目的で行われることは適切ではありません。 あらかじめ設定した保障(補償)条件による試算である場合には、その前提条件、実際の契約条件と異なり得ること、保険料改定等により結果が変動し得ること、前提となる保障(補償)条件に差異がある場合には、その内容や保険料に影響する要素を、顧客に分かりやすく説明する必要があります。 また、提示・推奨理由、顧客への説明内容等について、事後的に確認・検証できるよう適切に記録・保存することが重要です。 比較推奨販売に係る記録・証跡等については、比較推奨販売の実施状況の適切性を事後的に確認・検証し、必要に応じて改善することが重要であることから、その確認・検証に資する記録や証跡等を作成・保存する体制を整備することを求めたものであり、保存内容、保存媒体、保存方法、保存期間等について、一律の方

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			法や水準を定めるものではありませんが、例えばご意見にあるような比較に用いた見積書や資料等を保存する方法も考えられます。
710.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売に係る記録や証跡の保存に関し、個人情報保護法で求められる個人情報の管理・保管・廃棄の考え方と、金融庁が想定する管理の在り方に乖離があるように思われる。 記録や証跡の保管ルールや廃棄ルールについて、より明確な考え方を示してほしい。	比較推奨販売に係る記録や証跡等の保存については、比較推奨販売の適切性を事後的に確認・検証することを可能とするために必要となる範囲で、記録や証跡等を作成・保存する体制を整備することを求める趣旨であり、保存期間や廃棄時期を一律に定めるものではありません。 なお、現行のⅡ－4－2－2(3)④ア.においては、意向把握に係る体制整備の一環として、意向把握に用いた帳票等を保存する措置を講じることを求めているところであり、その際も、注記において、個人情報の取扱いについては、個人情報保護法等の関係法令を遵守する必要がある旨を明記しています。 今般の比較推奨販売に係る記録や証跡等の保存についても、比較推奨販売の適切性を事後的に確認・検証するために必要となる範囲で、記録や証跡等を作成・保存する体制を整備することを求めるものであり、その管理・保管の取扱いについては、個人情報保護法の趣旨や関係法令、各社の社内規程に基づき、整合的に判断・運用されることが前提となります。
711.	Ⅱ－4－2－9(5)	【意見の趣旨】 今回の改正は不祥事を受けた顧客保護強化として理解するが、規制アプローチに根本的な問題がある。問題の本質は「便宜供与による販売の歪み」であるにもかかわらず、改正案は「個別販売記録の強化」に偏重しており、実効性と現場負担のバランスを欠いている。	貴重なご意見として承ります。 比較推奨販売に係る記録・証跡等については、顧客の意向を踏まえた適切な比較推奨販売が行われているかを事後的に確認・検証し、必要な改善につなげるための手段であり、記録作成自体を目的とするものではありません。 金融庁としては、「「平成26年改正保険業法(2年以内施行)に係

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		問題の根源(便宜供与)を直接規制する「川上規制」への転換を提案する。 【対象箇所】 改正案全般、特に記録・検証義務を課す規定 【1. 現行改正案の問題点】 (1)記録義務の過剰な増加 ・顧客意向の詳細記録 ・商品選定理由の記録 ・説明内容の記録 ・月次/四半期/年次の検証記録 影響:1契約あたり事務処理時間が2~3倍増、記録作成が目的化、顧客対応の質低下 (2)実効性への疑問 記録上は「顧客の意向を確認し推奨」と記載できても、実際には便宜供与が動機であれば、記録からは発見困難。形式は整っているが本質的問題は解決しない。 (3)監督の実現可能性 全国20万店の代理店、年間数千万件の契約記録を個別確認することは物理的に不可能。結果として形式主義に陥る。 【2. 問題の本質と規制のミスマッチ】 不祥事の構造: 保険会社→便宜供与(システム提供、研修費用、人材派遣等)→代理店→見返りに特定商品優先販売→顧客被害 規制すべき優先順位: 第1位:便宜供与(資金の流れ)←問題の根源	る政府令・監督指針案」に対するパブリックコメント結果等について」における「コメントの概要及びコメントに対する金融庁の考え方」においても、比較推奨販売の実施状況の適切性を確認・検証し、必要に応じて改善するため、当該確認・検証に資する記録や証跡等の保存が必要である旨を示してきたところであり、今般の監督指針改正は、こうした従前の考え方を踏まえ、比較推奨販売に係る記録・証跡等の保存について明確化したものです。 ただし、ご指摘のとおり、記録作成が形式化し、現場負担のみが過度に増加するような運用は適切ではありません。今般の改正は、全ての案件について画一的かつ詳細な記録を一律に求める趣旨ではなく、各乗合代理店において、自社の規模・業務特性、募集形態等を踏まえ、実効的な確認・検証が可能となる態勢を整備・運用することが重要と考えます。 また、保険会社から保険代理店等への過度な便宜供与については、監督指針において防止に向けた態勢整備を求めているほか、保険業法改正により、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活用等を通じて、実態把握を進めることとしています。 金融庁としては、形式的な書類整備に偏ることなく、過度な便宜供与の防止、比較推奨販売の適切性、顧客本位の業務運営の確保の観点から、実態を踏まえた監督に努めてまいります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		第2位:販売実績との相関 第3位:販売プロセス 現行改正案の優先順位: 第1位:販売プロセスの記録←ここに偏重 第2位:体制整備 第3位:便宜供与の影響←間接的 【他業界との比較】 医薬品:製薬会社から医師への便宜供与を厳格規制、公開義務 建設:贈答・接待禁止、利益供与規制 証券:利益供与禁止、透明性確保 →保険業界のみ「個別取引記録」に偏重 【3. 具体的提案】 提案1:便宜供与の完全透明化 第〇条(保険会社から代理店への便宜供与等の報告) 1. 保険会社は便宜供与等について四半期ごとに監督当局に報告 2. 便宜供与等:金銭提供、物品提供、役務提供、その他経済的利益 (通常の代理店手数料、最低限の販促物、業界標準的支援を除く) 3. 報告内容:提供先、内容詳細、時期、金額換算、目的、当該代理店の販売実績(過去3年) 代理店側報告(年間手数料1億円以上): 四半期ごとに受領した便宜供与を報告(クロスチェック	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		用) 透明性確保: 年間100万円以上の便宜供与をホームページ・開示資料で公開 提案2:相関分析の義務化 第〇条(便宜供与の影響分析) 保険会社は年次で以下を分析・報告: ・便宜供与額と販売実績の相関関係 ・便宜供与前後の販売実績変化 ・便宜供与を受けた代理店と受けていない代理店の比較 ・同規模・同地域代理店との比較 監督当局は四半期ごとに統計分析: ・便宜供与額上位代理店 ・伸び率上位代理店 ・販売シェア変動大の代理店 ・相関が高い代理店 →重点監視対象とし、必要に応じてヒアリング・検査 提案3:独立監査制度 第〇条(便宜供与に関する監査) 対象:保険会社全社、代理店(年間手数料10億円以上) 監査内容:記録の正確性、経済的価値の妥当性、販売実績との関係性、顧客本位の阻害有無 監査者:公認会計士等 結果:監督当局報告、概要開示 提案4:上限規制	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		第〇条(便宜供与の上限) 上限:当該代理店からの年間手数料の20%以内 例外(事前届出): ・業界全体の研修・教育 ・災害等緊急支援 ・長期的業務効率化 ・その他顧客本位で正当なもの 違反時:業務改善命令、重大な場合は業務停止命令 提案5:記録義務の見直し(リスクベースアプローチ) 詳細記録義務の適用対象: ・影響分析で異常が認められた代理店 ・重点監視対象代理店 ・苦情多発代理店 その他の代理店: 最小限の記録(契約者基本情報、提案商品、契約商品、保険料・保障概要) 【4. 期待される効果】 運用イメージ: 【適正な代理店】 B社から手数料1億円、便宜供与500万円(5%)、販売シェア30%(取扱15社中) →判定:問題なし、詳細記録義務なし 【問題のある代理店】 D社から手数料1億円、便宜供与5,000万円(50%、上限超過)、販売シェア85%	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		→詳細ヒアリング、個別記録提出要求、調査、改善命令/業務停止 効果: 1. 実効性のある監督 資金の流れをデータ分析→統計的異常検知→問題代理店に監督集中 2. 不正の抑止 便宜供与は全て報告→隠蔽困難→販売実績との相関分析→異常発見→強い抑止効果 3. 現場負担の大幅軽減 全契約の詳細記録(60~90分/件)→便宜供与報告(四半期/年次のみ)、健全な代理店は個別記録不要 4. 公正な競争環境 便宜供与が完全透明化→不当な優遇が困難→公正な競争 5. 効率的な監督 全件検査(不可能)→リスクベースアプローチ(実現可能) 【5. 実現可能性】 技術的:既存システム活用、新規大規模投資不要 コスト:保険会社・代理店とも限定的(現行の個別記録義務より遥かに小)	
712.	―	大手損害保険会社の自動車保険については、基本的な商品の内容、保険料ともほとんど差がないのが実態であるため、複数の大手損保が乗り合っている代理店においては、比較推奨販売に際して、「どれも大きな差はない」という説明をせざるを得ないものと考えている。	保険商品の開発については、各保険会社が顧客ニーズ、リスクの状況、競争環境等を踏まえ、創意工夫を活かして取り組むことが基本と考えます。 金融庁としては、Ⅳ「保険商品審査上の留意点等」において、商品内容、保険契約者等への説明事項、団体契約・各種割増引制

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		こうした状況下で比較推奨を厳格化しても、保険契約の特約の保証範囲の細かな差異や、わずかな保険料水準の差などに多くの時間を割いて顧客に説明することになるが、顧客から見ると極めて付加価値が低く、費用対効果が低いと評価されるものと懸念している。 こうした中、保険会社に商品の差別化競争を促すことこそ顧客の最善の利益にかなうものと考えられる。 保険商品の差別化がされていない点は金融審議会・制度等改正WG報告書にも明確に記載があり、複数の委員もそうした点を懸念する指摘をされていたが、金融庁として、各保険会社に対して商品差別化に向けた具体的な働きかけや指導をどのように行っているのかご教示いただきたい。 また、今後ともそうした働きかけ等を積極的に行い、随時フォローアップしていくべきと考えるが、見解をご教示いただきたい。	度等に関する審査上の留意点を示しているほか、「保険商品審査事例集」において、商品審査等の過程で共有された問題認識や先進的な取組事例等を公表しています。 また、保険会社においては、顧客が商品内容や保障(補償)内容の差異を理解し、適切に商品選択できるよう、分かりやすい商品設計、情報提供、保険募集人への教育・管理・指導を行うことも重要と考えます。 金融庁としても、商品開発・商品審査、比較推奨販売の適切性、顧客への分かりやすい情報提供等の観点から、引き続き、保険会社の取組を適切にモニタリングしてまいります。
713.	―	監督指針は保険会社向けのものであることに鑑みれば、乗合代理店が本指針に基づいた比較推奨販売を実施することについて、当該代理店が所属する保険会社が教育・管理・指導を行うべく必要な協力・支援を行う責務があるという理解でよいか。 その際、所属する複数の保険会社の責任の分担はどのようになるのか。	ご指摘の「責任の分担」の具体的内容は必ずしも明らかではありませんが、各保険会社は、保険業法に基づき自らが保険募集を委託する保険代理店に対し、法令等遵守及び適正な保険募集を確保する観点から、必要かつ適切な教育・管理・指導を行う責務を負っています。 また、監督指針においても、保険会社による保険代理店に対する指導等の実効性確保や、乗合代理店における比較推奨販売の適切性が監督上の評価項目として整理されています。 したがって、乗合代理店が比較推奨販売を適切に行えるよう、各保険会社は、自社商品に関する情報提供、募集人教育、照会対

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			応、保険代理店に対する管理・指導等を適切に行う必要があります。 一方、比較推奨販売に係る体制整備については、同法第294条の3に基づき乗合代理店自身にも求められるものであり、複数の所属保険会社等の存在により、その責任が一の保険会社に集約されるものではないと考えられます。 各保険会社は、自らの委託関係及び保険募集を委託した商品に応じて責任を負うとともに、必要に応じて乗合代理店と連携し、顧客に誤認や不利益が生じないよう対応することが重要です。 なお、保険会社による支援は、適正な保険募集を確保するための教育・管理・指導の範囲で行われるべきであり、特定の保険会社の商品を優先的に取り扱わせることにつながる過度の便宜供与とならないよう留意する必要があり、この点については、監督指針においても、過度の便宜供与の防止や不適切な出向の防止等が整理されています。
714.	―	令和7年8月28日付の「保険会社向けの総合的な監督指針」の改正により、「Ⅱ－4－2－14 代理店手数料の算出方法」において、乗合代理店におけるシェアの拡大・維持や、保険代理店の新設や乗合いの承諾を得るなどの営業上の目的で、他の損害保険会社の代理店手数料の割増引率に追随するなどの例外的な運用が廃止された。 例外的な運用を廃止する方向性に異論はないが、結果として乗合代理店では委託保険会社ごとの手数料ポイントに大きな差が生じるケースが発生している。 例えば、A保険会社は110ポイント、B保険会社は90ポイン	貴重なご意見として承ります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ト、C保険会社は50ポイントといった状況である。 　このような差が生じる主な要因は、各保険会社の手数料ポイント制度において、自社の収保規模をベースに決定するウエイトが未だ高いからであり、この状況が続くと乗合代理店における比較推奨販売に支障をきたすものと考える。 　現状の制度のままで、顧客から手数料ポイントが低い保険会社の商品を選択されると、代理店としては引き受けた時点で赤字が確定する(人件費も賄えない)という事態が生じかねない。 　顧客への最善利益勘案義務は十分承知しているが、赤字を強いられるような事態が生じることは避けたいと考える。 　金融庁におかれては、代理店手数料ポイント制度が比較推奨販売に支障をきたすことがないよう、損保協会との意見交換会で本件について言及いただく等、比較推奨を歪めることのない手数料ポイント制度の実現に向けて、各保険会社における検討を強く促していただきたい。	
715.	―	比較推奨販売について、乗合代理店は、複数の取り扱い保険会社の商品を案内することが義務化されそうな流れであるが、そもそも代理店は顧客の要望を詳細に分析した中から、最適な商品を抽出することによって、その手間賃を得る仕事である。 　損害保険においては、加入条件よりも保険金の支払い品質が重視される商品である。	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		支払いのスタンスにも会社間のスタンスの違いを常に感じている。単に複数の会社を提示する場合、その多くが保険料のみが強調される形となり、これが顧客本位の業務運営とは到底思えない。 保険業界において不祥事が絶えない原因の本質は、体制整備よりも、過度な手数料の締め付けである。 損害保険では、お客様本位の比較推奨が行われない原因には、同じ業務をやっても代理店手数料ポイントにより、5倍を超えるような手数料の差が現実にある。 それらを守るために、顧客が蔑ろになる点を今一度点検した上で、指針を明示されては如何か。	
716.	ー	損害保険会社と生命保険会社は別法人であるにもかかわらず、特定の生命保険の販売実績が損害保険代理店の評価や手数料に影響しており、この構造が比較推奨販売の中立性を損ねており、特定商品を優位に取り扱う動機を生む要因となっている。 制度趣旨に沿った適正な比較推奨販売を実現するためには、現行の評価・手数料構造との矛盾を解消し、制度全体の整合性を確保する必要がある。	
717.	ー	乗合代理店の比較推奨において、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止により、乗合代理店にとって経済的なデメリット(手数料差)が生じ、その結果として適正な比較推奨が遂行されなくなる可能性がある。 保険会社が採用している手数料ポイント制度は、取扱い規模・増収といった保険会社側が優先する項目を評価基準	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		としており、募集品質が高く、適正な比較推奨を実施できる代理店のうち、取扱量が少ない、いわゆる規模の小さい乗合代理店においては、顧客の意向に沿った保険商品を推奨することで、手数料が半減するなどの保険商品を推奨せざるを得ない状況が生じうる。 保険会社の手数料体系については民民の問題として金融庁が関与しないのではなく、比較推奨販売が適正にできるよう、代理店の業務品質レベルでの評価ウェイトを高め、保険会社によって差異が生じる評価をしないよう、保険会社への指導等をお願いする。	
718.	―	比較推奨の方法については保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止で差し支えないものと考えているが、適用にあたり、以下の3点について十分な整理を行った上で進める必要があると考える。 ①比較推奨が可能な乗合代理店について、業務品質を適切に評価する仕組みを整備すること。 ②保険会社が乗合代理店を評価し、代理店手数料を決定する際には、規模・増収といった指標ではなく、適切な比較推奨販売が行われているかどうかなど、業務品質を基準とした評価が行える制度を整備すること。 ③代理店手数料について、金融庁は単なる民民の問題と位置付けるのではなく、保険会社の代理店運営の影響を大きく受けている実態を踏まえ、適切に監視・指導を行うこと。	
719.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針案では、「乗合代理店が受け取る手数料水準の	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		高さや乗合代理店への便宜供与等の実績など、乗合代理店の都合による保険契約の選別や提示・推奨を行うことのないよう留意する。」とある。 　この留意事項における「手数料水準」に関しては、規模・増収率が大きく影響する現行の代理店手数料ポイント制度では、形式的又は実質を伴わない推奨販売が生じるリスクが極めて高いと考えている。 　また、当該代理店に対して、取扱い収保が大きく手数料率が高い保険会社の監督指導力は、自社の挙績を減らすことになり期待できない。 　比較推奨販売は、規模・増収率が影響しない代理店手数料ポイント制度があって初めて、顧客の最善利益が徹底されると思料する。 　本指針の公表と同時に、保険会社に対して規模・増収率で代理店手数料水準に差が生じない手数料制度を構築するよう、環境の整備をお願いしたい。	
720.	Ⅱ－4－2－9(5)	乗合代理店における比較推奨販売において、顧客サイドから見た場合、今般の改正案がトラブルの防止に十分機能する内容であると考えている。 　一方、代理店サイドから見た場合、保険会社と代理店との間では、「代理店手数料率が各社で統一されていない」、「商品性に差異がない」という二つの問題を抱えている。 　また、今後、保険仲立人の活用推進(共同取り扱い解禁)を考えた場合、本来の競争原理を踏まえ、手数料率は代理店、仲立人で全て統一し、商品性やサービス、保険会社の	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		対応力、利便性等に基づく保険会社間の競争を促すべきと考えるが如何か。	
721.	Ⅱ－4－2－9(5)	今回の比較推奨販売に関する規制強化の方向性については、顧客保護及び保険募集の透明性向上の観点から、基本的には賛同する立場である。 一方で、実務に携わる乗合代理店の立場から見ると、保険会社ごとの代理店手数料率の在り方が、比較推奨販売の実効性や顧客利益に重大な影響を与えている点について、十分な議論が行われていないと感じる。 保険募集を本業とする代理店においては、引受可否に関する事前照会、補償内容や約款解釈を含む説明、契約後の変更手続や更新管理、事故発生時の初動対応及び保険会社との調整など、募集から契約後まで一貫した関与が求められる。 こうした業務を前提とする以上、一定水準の収益構造がなければ、継続的かつ責任ある募集・管理を行うことは現実的に困難である。 特に、以下の代理店収益構造について議論が必要と思料する。 【代理店手数料率＝商品代理店手数料率×代理店手数料ポイント/100】で決定される仕組みである。 代理店手数料ポイントは、どの損害保険会社も、規模、増収で決定するポイントが、全体のおよそ50%を占めており、ポイントは110～30と大きな開きがある。 同一の商品であっても、前年の獲得ポイントにより、収	貴重なご意見として承ります。 なお、代理店手数料は、保険会社・保険代理店間の委託契約において取り決められているものであり、その額等の決定について金融庁が直接的に関与することは困難です。 このため、金融庁では、代理店手数料が保険募集に関する不適切なインセンティブとならないよう、損害保険会社に対し、監督指針において、規模・増収率に偏ることなく、業務品質を重視しているか等の代理店手数料の算出に係る留意点を示しています。 各損害保険会社においては、こうした監督指針等を踏まえ、手数料体系の見直しを検討・実施しているものと承知しています。 比較推奨販売との関係においても、代理店手数料の多寡やその算出方法等が、顧客の意向に沿わない商品選別や特定の保険会社への不適切な誘導につながらないよう留意する必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		益に大きな差が生じる仕組みでは、顧客に最善の提案ができるとは思えない。 　代理店運営のための収入が、80%も変わってしまっては、組織の維持が出来ない。 　代理店手数料率が著しく低く設定されている場合、比較推奨販売において求められる丁寧な説明、複数商品の比較、契約後の継続管理や事故対応といった業務を十分に行うことが難しくなる。 　本来であれば顧客にとって適合性の高い商品が存在していたとしても、代理店組織維持のため、代理店手数料の高い商品が優先されるなど、意図せず顧客利益に反する提案につながりかねないと思う。 　この点を代理店側の倫理や努力の問題として片付けるのではなく、制度設計上の問題として正面から捉える必要があると考える。 　代理店ごとに110%から30%まで大きな幅をもって設定される代理店手数料率の構造そのものが、比較推奨販売における中立性や顧客利益の最大化を阻害する要因となっている以上、代理店にのみ高度な説明義務や推奨理由の合理性を求めることには限界がある。 　比較推奨販売を真に顧客本位のものとするためには、代理店の規模や募集形態の違いに応じた役割分担を踏まえつつ、代理店手数料率についても、議論する必要があると思う。	
722.	Ⅱ－4－2－9(5)	顧客利益の最優先という改定趣旨は十分理解している	貴重なご意見として承ります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		が、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハを廃止し、同号ロを採用した場合、代理店の業務負荷が相当増加することが見込まれる。 そのため現状の代理店手数料体系では代理店の経営が立ち行かない可能性があり、代理店廃業による保険会社の業務量増加又は代理店手数料の引き上げによるコスト増につながる。 結果として、契約者の保険料負担増となりかねない。 つまり顧客の最善の利益と反する結果となることから、具体的なルール策定においては代理店の業務効率も勘案して頂きたい。	今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店側の都合や保険会社との関係により、顧客の意向に沿わない保険契約が選別され、提示・推奨が行われることを防止し、顧客本位の保険募集を確保することを目的とするものです。 一方で、全ての案件について、全ての取扱保険会社の商品を網羅的に比較・説明し、又は詳細な記録作成を一律に求めるものではありません。顧客の意向、商品特性、募集形態、代理店の規模・業務特性等を踏まえて、顧客の理解に資する実効的な対応が重要です。
723.	Ⅱ－4－2－9(5)	本改正は、保険募集の適正化及び顧客保護の強化を目的とするものとして理解しており、その趣旨には賛同する。 一方で、本改正が特定大規模乗合代理店を主な対象としているにもかかわらず、その解釈・運用次第では、人員の限られた小規模代理店に対しても実質的に過度な業務負担が生じるおそれがあるため、現場実務の観点から意見を述べる。 当社では、契約変更、照会対応、書類作成等の日常的な業務全般に加え、保険会社のシステム仕様やシステム障害に起因する追加対応により、保険会社ごとに必要となる時間や事務負担に大きな差が生じる事例を継続的に多数経験している。 これらの差異は代理店側の努力のみで解消することが困難であり、実務上の負担として継続的に発生している。	貴重なご意見として承ります。 なお、比較推奨販売に係る体制整備については、顧客の最善の利益を勘案しつつ、適切な商品選択の機会を確保するため、乗合代理店の規模や業務特性等に応じて、自社の募集実務や募集形態等を踏まえた適切な比較推奨販売が実施されるよう実効的な体制が整備されることが重要であり、監督指針は、一律かつ画一的な対応や、規模・業務特性等に照らして過度な実務上の負担を求める趣旨ではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		実務上、保険会社によって見積作成等の初期対応に要する時間や事務負担に大きな差が生じる場合がある。 仮に、事務負担の極めて大きい保険会社の商品が保険料面で一定程度有利であったとしても、その差異は代理店側の労務負担や業務提供可能性に直接影響する要素であり、必ずしも顧客に対して合理的な比較説明が可能な事項とは言い難い。 こうした内部的な業務負担の差異を考慮した取扱方針の判断まで否定されることのないよう、制度運用上の整理を求めたい。 また、比較推奨販売の適正化の趣旨には賛同するが、保険会社ごとの事務負担やシステム対応といった内部的要素まで説明・記録の対象とする運用となった場合、代理店業務が過度に形式化し、かえって実質的な顧客対応の質を低下させるおそれがある。 商品内容や顧客意向に係る説明を主眼とし、代理店の業務提供可能性を踏まえた取扱方針の判断が否定されないよう、監督指針等での明確な整理をお願いしたい。 本改正が、形式的な体制整備にとどまることなく、顧客本位の業務運営と代理店の持続可能な経営の両立につながる制度となるよう、規模や実態に応じた柔軟な運用が図られるようお願いしたい。	
724.	Ⅱ－4－2－9(5)	比較推奨販売への対応は、代理店にとって業務量の大幅な増加を招き、人員の確保やシステム導入など、新たな対応が必要となることが考えられ、コスト面の負担増加も考	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		えられる。 　こうした実務上・経済上の負担増について、当局としてどのように考えているか。	
725.	―	比較推奨についての対応が厳格化された場合、人員や社内体制など実務面での負担やコストが増えると考えている。 　特に中小規模の代理店への配慮をお願いしたい。	
726.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロの運用にあたり、下記のような対応を行った場合には、要件を充足したものとして取り扱う旨を、指針やQ&Aにて明確化いただきたい。 (1)顧客が重視する事項の確認に関するセーフハーバー ・ 商品特性(補償範囲、免責、特約の有無等) ・ 保険料水準(価格重視か否か) ・ 最低限必要と考える補償内容 といった基本的事項について、口頭又は簡易な書面により確認し、その結果を記録している場合には、「丁寧かつ明確に確認した」ものと評価すること。 　また、顧客が「代理店に任せる」「詳細な説明は不要」と意思表示した場合には、その旨を確認・記録することで、追加的な詳細確認を不要とする取扱いを認めること。 (2)顧客の意向把握に関するセーフハーバー 　顧客の意向が抽象的又は不明確な場合において、 ・ 一般的に多くの顧客が重視すると考えられる事項を例示した上で確認していること	貴重なご意見として承ります。 　今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、顧客の意向に沿った選別・提示・推奨が適切に行われることを明確化するものです。 　顧客の意向把握・確認に当たっては、全ての案件について詳細かつ網羅的な確認を一律に求めるものではなく、顧客の意向、商品特性、募集形態、代理店の規模・業務特性等を踏まえ、合理的かつ実効的な方法により行うことが重要です。 　例えば、商品特性、保険料水準、保障(補償)内容、免責、特約等、顧客が重視すると考えられる事項を例示し、顧客の意向や追加要望の有無を確認・記録することは、意向把握の方法の一つと考えられます。 　また、顧客が「代理店に任せる」、「詳細な説明は不要」と述べた場合であっても、その趣旨や前提となる意向を可能な範囲で確認し、記録することが重要ですが、これにより、意向把握・確認や情報提供が当然に不要となるものではありません。 　なお、金融庁として、現時点で一律のセーフハーバーや標準様式を定めるものではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		・ 顧客から特段の追加要望が示されなかったこと を記録している場合には、「可能な限り顧客の意向を把握した」ものとして取り扱うこと。	
727.	―	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(以下、ロ方式とする。)を適切に行うことについては、以下のとおり実務上の課題があると考えられる。 (1)お客様の意向が抽象的である場合の対応の難しさ 実務においては、「保険料が安ければよい」、「内容はよく分からないので任せたい」など、お客様の意向が抽象的であり、かつ代理店に一定の裁量を委ねる形で示されるケースが少なくない。このような場合であっても、形式的には詳細な意向確認や比較理由の整理が求められ、結果として、実態とかけ離れた書面作成や説明が行われるおそれがある。 (2)「代理店に任せる」という意向の位置づけの不明確さ お客様から明確に「代理店に任せる」と意思表示があった場合においても、それをどのように意向として確認・記録すべきかについて、現行のロ方式では判断基準が曖昧である。そのため、代理店側が過度に慎重な対応を取らざるを得ず、説明や書面が煩雑化し、かえってお客様の理解を妨げる結果となる可能性がある。 (3)全取扱損害保険会社の試算に伴う工数増大 ロ方式を厳格に適用した場合、原則として全取扱損害保険会社の商品について試算・比較を行う必要が生じるが、これは代理店の事務負担を大幅に増加させる要因となっ	貴重なご意見として承ります。 今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店側の都合やあらかじめ定めた推奨方針による商品選別ではなく、顧客の意向に沿った選別・提示・推奨が適切に行われることを明確化するものです。 一方で、全ての案件について、全ての取扱保険会社の商品を網羅的に試算・比較し、詳細な説明や記録を一律に求めるものではありません。 顧客の意向把握・確認に当たっては、顧客の意向、商品特性、募集形態、代理店の規模・業務特性等を踏まえ、合理的かつ実効的な方法により対応することが重要です。 顧客の意向が抽象的又は不明確な場合には、保障(補償)内容、保険料水準、免責、特約等、顧客が重視すると考えられる事項を例示するなどして、可能な限り意向を把握することが求められます。 また、顧客が「代理店に任せる」と述べた場合であっても、それにより意向把握・確認や情報提供が当然に不要となるものではなく、その趣旨や前提となる意向を可能な範囲で確認し、顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき保険契約を提示・推奨する必要があります。 金融庁としては、形式的な書面作成や過度な事務負担に偏ることなく、顧客本位の業務運営が実質的に確保されるよう、実務や

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ている。特に中小代理店においては人的・時間的制約が大きく、結果として対応品質の低下や、顧客対応に割く時間の減少につながる懸念がある。	実態も踏まえつつ、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。
728.	Ⅱ－4－2－9(5)	今般の改正においては、以下のとおり中小代理店・地方代理店への影響が大きいと考えられることから、一定の運用緩和を求めたい。 (1)人的・時間的制約が大きい中小代理店への影響 多くの中小代理店、とりわけ地方に所在する代理店においては、少人数で多数の顧客対応・事故対応・事務処理を担っているのが実情である。 保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロを厳格に適用し、全取扱損害保険会社の商品について詳細な試算・比較・説明を行うことは、人的・時間的負担の面で現実的とは言えず、結果として募集業務そのものの継続性に影響を及ぼすおそれがある。 (2)地方における顧客特性とのミスマッチ 地方においては、長年の取引関係や信頼関係を前提として「細かい比較よりも、いつもの代理店に任せたい」という顧客ニーズが多く見られる。 こうした地域特性を踏まえず、形式的な比較手続きを一律に求めることは、顧客の実際の意向とかえって乖離する結果となり、顧客満足度の低下を招く懸念があります。	貴重なご意見として承ります。 今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店側の都合や、あらかじめ定めた推奨方針による商品選別ではなく、顧客の意向に沿った選別・提示・推奨が適切に行われることを明確化するものです。 一方で、全ての案件について、全ての取扱保険会社の商品を網羅的に試算・比較し、詳細な説明や記録を一律に求めるものではありません。 顧客の意向把握・確認にあたっては、顧客の意向、代理店の規模・業務特性、募集形態、取扱商品等を踏まえ、合理的かつ実効的な方法により対応することが重要です。 顧客が「代理店に任せたい」と述べた場合であっても、それにより意向把握・確認や情報提供が当然に不要となるものではなく、その趣旨や前提となる意向を可能な範囲で確認し、顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき保険契約を提示・推奨する必要があります。 金融庁としては、形式的な書面作成や過度な事務負担に偏ることなく、中小・地方代理店を含む実務実態も踏まえ、顧客本位の業務運営が実質的に確保されるよう、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。
729.	Ⅱ－4－2－9(5)	「あらかじめ所属保険会社等の商号等を明らかにした上で」について、「あらかじめ」とは、保険募集がどこから	貴重なご意見として承ります。 保険募集人は、保険業法第294条第3項に基づき、保険募集に当

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		始まるのか定義が難しいこともあり、様々な工夫がなされてきた。 引き続き、募集開始に伴い必要事項をご提示することで、誤解等を防止することが重要であり、物理的に瞬時に提示が難しい(所属保険会社が多数となる場合等)ケースでも、速やかに提示する努力や工夫が求められると考える。	たり、あらかじめ所属保険会社等の商号等を明らかにする必要があります。 「あらかじめ」とは、顧客が保険募集人の立場や取扱保険会社等について誤認することなく保険加入を検討できるよう、保険募集の開始前に、必要な事項を示すことを求める趣旨です。 どの時点の行為が保険募集に該当するかは、Ⅱ－4－2－1(1)(2)を踏まえ、個別具体的に判断されます。 所属保険会社等が多数ある場合や、非対面・オンライン募集等で物理的に全てを即時に表示することが困難な場合であっても、一覧表、書面、電子的表示、リンク、QRコード等の方法により、顧客が容易に確認できるよう工夫することが重要です。 いずれの場合も、事後的・形式的な表示にとどまらず、顧客に誤認を与えない時期・方法で権限明示が行われる必要があります。
730.	―	ディーラー代理店において、顧客は自動車の購入と同時に必要な任意保険を契約しており、万が一に備える保険本来の姿を実現することができていることが評価され、ディーラー代理店におけるシェアは高くなっていると認識している。 また、ディーラー代理店にとっては、大切な顧客とのトータルな付き合いを深める中で、自動車保険の業務は必須であると認識している。 以下に記載した5点のとおり、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする。)は非常に効率的かつ合理的な制度であった。	貴重なご意見として承ります。 今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店側の都合や保険会社との関係により、顧客の意向に沿わない保険契約が選別され、提示・推奨が行われることを防止し、顧客本位の保険募集を確保することを目的とするものです。 これまでも、保険募集人には、保険業法第294条第3項に基づき、保険募集に当たり、顧客に対して所属保険会社等の商号等を明らかにする権限明示義務が課されています。乗合代理店においても、顧客に対し、どの保険会社の商品を取り扱い、どの範囲で提案するのかについて誤認を与えないよう、適切に説明する必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		①ディーラー代理店では、顧客との信頼関係が既に築かれているケースがほとんどで、複数の保険商品の中からディーラー代理店が自信を持って選択した商品をお奨めすることができ、それが顧客にも喜ばれている ②相乗りの保険会社のそれぞれと緊密な関係を保つ中、それぞれの保険会社から営業に有用な提案があり、自社の保険実績の向上に役立てているところ ③顧客との関係性が強いので、条件変更等の新たなご希望があってもすぐに対応可能 ④新商品等への顧客からのご要望に対しても、乗り合いのため複数の保険会社の商品でもすぐに対応可能 ⑤ディーラー代理店に複数の保険会社が乗り合うことで、万が一の保険トラブル時におけるリスクに対応することできる 今般の損害保険業界の不祥事の真因は「テリトリー制」ではなく、当該大規模代理店と、該当保険会社の悪質なコンプライアンス違反であり、「テリトリー制」がなくなっても、詐欺まがいの刑事事件が発生しうる余地は残るものと考えている。 今般の改正は、長年培ってきた「テリトリー制」の長所を全く無視した対応と言わざるを得ない。 また、代理店からの推奨を期待している契約者から、推奨する保険会社を選定するための意向を引き出すことは全く必要ないのではないか。 さらに、継続率が90%を超える実績がある代理店におい	また、保険募集人には、自らの所属保険会社等の商品について、顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められます。そのため、保険契約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った教育・管理・指導、募集人配置、業務の引継ぎ体制、取扱範囲の明確化等の体制整備を図る必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		て、顧客に改めて保険会社を選択していただく必要はない。 顧客のパートナーを目指す自動車販売を主たる事業とするディーラー代理店こそ保険事業の健全な運営において不可欠であり、代理店に対して厳格な募集行為を求めることにより、契約に関する諸手続きが繁多となり、結果的に顧客の実情にそぐわないネット販売の推奨につながりかねない。 以上より、以下の内容を要望する。 ①ハ方式での募集行為の復活・容認 ②顧客からの要望聴取の簡素化 代理店を規模(大・中・小程度)、板金部門の有無等により層別し、より現実的な募集方法となるようお願いしたい。	
731.	Ⅱ－4－2－9(5)	当社は自動車ディーラーにて17拠点、3損保の乗合代理店として保険業務を担当している。各拠点が広域であること、人数の分布により1拠点を1損保が担当するテリトリー制としている。 各損保の教育体制や営業推進などが現在効率よく回っているが、これを3損保とも知識を全部修得し、均等に説明することになれば、これまでより非効率となり、大変業務に負担がかかる。 保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハがいかにも悪と決めつけた今回の決定は全く現場を理解していない決定である。	貴重なご意見として承ります。 今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店側の都合や保険会社との関係により、顧客の意向に沿わない保険契約が選別され、提示・推奨が行われることを防止し、顧客本位の保険募集を確保することを目的とするものです。 これまでも、保険募集人には、保険業法第294条第3項に基づき、保険募集に当たり、顧客に対して所属保険会社等の商号等を明らかにする権限明示義務が課されています。乗合代理店においても、顧客に対し、どの保険会社の商品を取り扱うかについて誤認を与えないよう、適切に説明する必要があります。 また、保険募集人には、自らの所属保険会社等の商品について、

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		顧客にとって意向を捻じ曲げたように捉えられているが、顧客にとっても、担当者がより深い知識を持っている保険会社を選ぶことは優位なことではないか。再度廃止の撤廃を望みます。	顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められます。そのため、保険契約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った教育・管理・指導、募集人配置、業務の引継ぎ体制、取扱範囲の明確化等の体制整備を図る必要があります。 金融庁としては、形式的な対応に偏ることなく、代理店の実務に与える影響にも留意しつつ、権限明示、比較推奨販売、体制整備義務等が実効的に履行され、顧客本位の業務運営が確保されているかという観点から、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。
732.	Ⅱ－4－2－9(5)	自動車販売併設型の代理店では、車両販売スタッフが保険募集を兼務している。 昨今の人手不足により、多様な人材が現場を支えているが、複雑化する損害保険商品のすべてを完璧に把握し、比較・説明することには物理的・教育的な限界がある。1社の商品に限定して教育・研修を徹底しても、なお説明不足によるトラブルリスクをゼロにできないのが現場の苦悩である。 複数社の全商品を熟知した上での意向把握・比較提案の義務化は、現場の保険募集人の許容範囲を大きく超えており、結果として消費者に誤った情報を与えるリスクを高め、消費者保護に逆行する懸念がある。 また、現在の自動車保険は各社による商品性の差異が小さく、明確な優劣を客観的に示すことが困難である。 「事故対応の良さ」を意向として確認しても、対応品質	貴重なご意見として承ります。 今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店側の都合やあらかじめ定めた推奨方針による商品選別ではなく、顧客の意向に沿った選別・提示・推奨が適切に行われることを明確化するものです。 また、保険募集人には、自らの所属保険会社等の商品について、顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められます。そのため、保険契約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った教育・管理・指導、募集人配置、業務の引継ぎ体制、取扱範囲の明確化等の体制整備を図る必要があります。 金融庁としては、代理店の実務に与える影響や地域における顧客利便にも留意しつつ、顧客本位の業務運営が実質的に確保されているかという観点から、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		は個別事案に左右されるため、特定の1社を推奨することには高い賠償リスクが伴う。 　また、低価格を求める顧客にはダイレクト型保険が適しているが、代理店としてそれらを推奨することは現実的な経営として成立しない。 　顧客の「お任せしたい」というニーズも一つの重要な意向であり、それを否定し無理に比較を強いることは、かえって顧客に負担を強いる結果となる。 　現行の保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ（以下、ハ方式とする。）の廃止は、地域密着型で運営している多くの代理店にとって死活問題である。 　コンプライアンス遵守のためには「1社専属化」や「代理店廃業」を選択せざるを得ず、結果として地域の消費者が対面で保険相談を受けられる拠点が減少している。 　これは金融庁が掲げる「顧客本位の業務運営」及び「消費者の利便性向上」という目的と矛盾するのではないか。 　現場の募集実態や人材確保の困難さに鑑み、一律の義務化ではなく、代理店の規模や業態に応じた柔軟な運用、あるいは現在の「ハ方式」に代わる現実的な比較・説明基準の策定を強く要望する。	
733.	Ⅱ－4－2－9(5)	今回の業法改正について、あまりにも現場感覚を欠いたものと思わざるを得ない。 　損害保険、生命保険とも、一般の方々は情報弱者であることから、より丁寧に顧客のご意向を確認した上で、最適な商品を選択し、ご納得いただいた上でご加入いただくプ	貴重なご意見として承ります。 　今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店側の都合や保険会社との関係により、顧客の意向に沿わない保険契約が選別され、提示・推奨が行われることを防止し、顧客本位の保険募集を確保することを目的とするものです。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ロセスが大切であることは論を俟たない。 しかしながら、予定利率や特約が保険会社ごとに異なる生命保険と異なり、損害保険、特に自動車保険については、保険料には多少の差があるものの、ある1社が新商品、特約を開発・販売したらすぐに他社が追随する構図となっており、商品内容的にほとんど差がない。 そのため、顧客は「保険会社」で商品を選ぶのではなく、「保険募集人(自動車販売業界においては主に営業スタッフ)を信頼して募集人の勧める保険会社」を選ばれる。 当社では現在保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする。)を採用しており、店舗ごとに推奨販売する保険会社を決めている。 保険募集人が顧客のニーズを確認し、それに合った補償内容、契約条件を、自店舗で取り扱っている保険商品のなかから設計してご提案する、その内容でご納得いただけたらご加入いただく、この方式で問題となったことは一度もない。 顧客にとってみれば、信頼している営業スタッフが勧めてくれる保険商品に自ら納得して加入する、営業スタッフは自身が精通している保険商品について丁寧に説明し、お客様に納得していただいた上でご加入いただく、このプロセスが成り立っている現状のハ方式は、顧客、保険募集人にとって一定程度合理的な方式であるといえるのではないか。 ハ方式を廃止するのがやむを得ないのであれば、代理店	また、保険会社においても、保険商品の分かりやすさ、募集システムの利便性、代理店への教育・管理・指導等について、保険募集の適切性や顧客保護の観点から、実効的な対応を行うことが重要です。 金融庁としては、形式的な記録・規程整備に偏ることなく、保険会社による代理店指導の実効性、過度の便宜供与の防止、代理店手数料体系の影響等も含め、顧客本位の業務運営が実質的に確保されているかという観点から、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		に一方的な負担を強いるのではなく、以下2点について保険会社側も大きく変わるべき。 ①商品内容について、保険料収入を増やしたい、他社と差別化を図りたいとの考えから、商品を複雑化しすぎである。 そのため、顧客に説明する代理店の負担が著しく増え、またそういう商品、特約は顧客にも認識されにくいため、保険金未請求を惹起する。 もっとシンプルに、顧客に分かりやすくすべきである。 ②システムについて、申込書作成に至るまでの工程が多く、かつ複雑すぎで、不備のない申込書を作成するために膨大な時間を必要とする。 特に、某保険会社のシステムは注意喚起のためのチェック項目が多すぎて、著しく無駄な時間を費やさなければならない。 この2つの改善なくして同号イ又は同号ロへの移行は有り得ないと思料する。 可能であればハ方式を存続させていただき、そのためにどう法律、指針を整備するかをご検討いただきたい。	
734.	Ⅱ－4－2－9(5)	【意見の趣旨(結論)】 本改正案は、顧客本位や健全な競争という大義に賛同する一方、現場の保険募集(とくに自動車ディーラー代理店)での提案機能を弱め、結果として加入者の補償不足や価格偏重を招く懸念が大きいため、抜本的見直しを求める。 改正前に、監督手法の再設計と「異常な代理店へのピン	貴重なご意見として承ります。 今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店側の都合や保険会社との関係により、顧客の意向に沿わない保険契約が選別され、提示・推奨が行われることを防止し、顧客本位の保険募集を確保することを目的とするものです。 一方で、全ての案件について画一的・過度に詳細な比較説明や

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		ポイント是正」を優先すべきである。 【理由(現場からの具体的懸念)】 提案力の萎縮 → 加入者の補償不足リスク 比較推奨販売の細則が過度に厳格になると、忙しい現場の保険募集人は“説明コスト”増により提案を避けがちになる。 とりわけディーラー代理店では、「顧客が気づいていない潜在ニーズ」まで引き出して補償を整える実務が減り、価格だけで決める契約が増えるおそれがある。 “過度の便宜供与”の解釈が広すぎると、正当な教育・研修まで萎縮してしまう。 改正案は代理店への過度な便宜供与の抑止を掲げているが、定義や境界が不明確なままでは、保険会社による有用な勉強会・実務研修・事故対応ノウハウ共有まで「便宜供与」と受け取られ、現場の力量向上が止まる懸念がある。 ディーラーは修理・事故対応の即応性を活かし、顧客に“任せて安心”の体験を提供してきた。 ここを弱めると、地方や非デジタル層での加入者が行き場を失い、ネット保険未経験者の補償ギャップが広がる。 仲立人(ブローカー)活用の活用促進は競争面で一定の意義があるものの、契約締結機能の所在や責任分界が利用者に分かりづらく、募集の仕組みが複雑化する懸念がある。 【代替案】 A. ピンポイント監督・是正の強化	記録を一律に求めるものではありません。顧客の意向、商品特性、募集形態、代理店の規模・業務特性等を踏まえ、顧客の理解に資する実効的な対応が重要です。 また、過度の便宜供与は防止される必要がありますが、保険募集の適切性を確保するために必要な教育・研修、商品知識、事務手続、事故対応等に関する支援を一律に否定するものではありません。監督指針においても、Ⅱ－4－2－1(4)「適正な保険募集管理態勢の確立」中の保険会社による保険代理店に対する指導等の実効性の確保、Ⅱ－4－2－9(6)「保険募集人の体制整備義務」中の過度の便宜供与の防止、Ⅱ－4－2－12「保険代理店等に対する便宜供与」等を通じ、保険会社と代理店の適切な関係性の構築を求めています。 金融庁としては、形式的な記録・規程整備に偏ることなく、顧客本位の業務運営が実質的に確保されているか、代理店の実務負担や地域・顧客特性にも留意しつつ、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		B. “教育支援＝便宜供与”の線引き明確化 C. 比較推奨販売は“深度の可変制”で D. 地方・非デジタル層の配慮 E. 仲立人の説明義務を強化 【補足：現場経験から】 ディーラー代理店は、車の販売やアフターサービスでの顧客との接点の濃さを活かし、意向把握と潜在ニーズの提案、事故即応で顧客を守ってきた。 募集人試験は容易でも、現場は継続的な勉強とロープレで品質を高めている。 一律の萎縮を招く改正ではなく、不正・不適切な一部事例に的を絞る監督に切り替えるべきである。	
735.	―	複数の保険商品を取り扱う代理店において、顧客の意向に基づいた適切な比較推奨が行われることは、保険業界全体の信頼性向上に不可欠であると考える。 また、車検・整備の無償提供や過度な割引等が、実質的に保険契約の誘因となっている事例が存在することも事実であり、こうした行為が是正される方向性は妥当である。 制度の趣旨そのものには全面的に賛同しており、形式的な規制ではなく、実効性を伴う形での制度設計を期待する。	貴重なご意見として承ります。 今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、顧客の意向に沿わない保険契約の選別・提案や、保険会社との関係に基づく不適切な誘導を防止し、顧客本位の保険募集を確保することを目的とするものです。 金融庁としては、形式的な規程整備にとどまらず、比較推奨販売の適切性が実効的に確保されているかという観点から、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。 なお、保険代理店による車検・整備の無償提供や割引等については、保険業法第300条第1項第5号等に抵触しないよう留意する必要があります。
736.	―	損害保険業界で発生した不適切事案を踏まえた法令改正等の趣旨や必要性は理解できるものの、実際に保険会社	貴重なご意見として承ります。 今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売につ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		へ影響力を持つのは一部の大規模代理店であり、多くの中小代理店は従来から法令遵守と顧客の意向把握に努めてきた。 今回の改正で「比較推奨販売」だけに焦点があたり、殊更厳格に運用すると、現場に過度な負担をかけ、かえって顧客が混乱しご不便・ご不安をおかけすることに繋がる。 全体として顧客の利益に資するように、代理店の実務が運用継続可能なフローになるような制度にしていただきたい。	いて、代理店側の都合や保険会社との関係により、顧客の意向に沿わない保険契約が選別され、提示・推奨が行われることを防止し、顧客本位の保険募集を確保することを目的とするものです。 一方で、全ての代理店・全ての案件について、画一的・過度に詳細な比較説明や記録を一律に求めるものではありません。顧客の意向、商品特性、募集形態、代理店の規模・業務特性等を踏まえ、顧客の理解に資する実効的な対応を行うことが重要です。 また、中小代理店を含め、各代理店においては、自らの規模や業務特性に見合った態勢整備を行い、過度な形式対応に偏ることなく、保険契約者等の保護に資する募集管理態勢を構築することが求められます。 金融庁としても、形式的な記録・規程整備にとどまらず、顧客本位の業務運営が実質的に確保されているか、代理店の実務負担や顧客利便にも留意しつつ、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。
737.	―	顧客の意向やニーズは実に多様であり、現場において保険募集人・代理店が柔軟にこれに対応し、顧客のより良い選択をサポートしていくことが求められる。 今回の監督指針の運用に当たっては、保険募集の現場の実情に応じて柔軟に運用されるべきであり、必要以上に厳格な運用や硬直的な運用がなされ、代理店の大きな負担になることのないよう十分に配慮していただきたい。 また、今回の改正監督指針は、全ての乗合代理店に大きな影響があるものであることから、その運用に当たっては、金融庁、財務局の担当者によって指針の解釈にばらつ	貴重なご意見として承ります。 今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、顧客の意向に沿った選別をし、提示・推奨が適切に行われることを明確化するものです。 その運用に当たっては、全ての案件について画一的・過度に詳細な比較説明や記録を一律に求めるものではなく、顧客の意向、商品特性、募集形態、代理店の規模・業務特性等を踏まえた実効的な対応が重要です。 また、監督指針の解釈・運用については、形式的・機械的な対応に偏ることなく、顧客本位の業務運営が実質的に確保されるよ

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		きが出ることのないよう配慮をされたい。 あわせて、改正監督指針の運用に際しては、金融庁の担当者等により代理店の募集人向けの研修などを積極的に開催していただくなど、十分な準備をお願いしたい。	う、平仄のとれた監督に努めてまいります。 金融庁としては、保険会社及び保険代理店における円滑な態勢整備に資するよう、必要に応じて、監督上の考え方の周知等を行うとともに、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。
738.	Ⅱ－4－2－9(5)	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ロ(以下、ロ方式とする。)における要件の不明確性と実務上の判断困難性 今回、ロ方式において遵守事項が明確化されたこと自体は、比較推奨販売の透明性向上という点で一定の意義があるが、「丁寧かつ明確に確認する」「可能な限り顧客の意向を把握する」といった要件の判断基準が不明確であり、実務上は過度な確認や形式的対応を招くおそれがある。 (1)「丁寧かつ明確に確認する」の判断基準の不明確さ 顧客が重視する事項を「丁寧かつ明確に確認する」ことが求められているが、どの程度の確認をもって「丁寧」かつ「明確」と評価されるのかについて、具体的な基準が示されていない。 実務においては、顧客が簡潔な回答や代理店への一任を希望するケースも多く、そのような場合にまで詳細なヒアリングや確認を重ねることは、顧客の意向そのものに反する結果となりかねない。 結果として、形式的に質問項目を増やす対応が助長され、実質的な顧客理解よりも書面上の整合性が優先されるおそれがある。 (2)「可能な限り顧客の意向を把握する」の範囲の曖昧さ	貴重なご意見として承ります。 今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、顧客の意向に沿った保険契約の選別・提示・推奨が適切に行われることを明確化するものです。 「丁寧かつ明確に確認する」又は「可能な限り顧客の意向を把握する」とは、全ての顧客に対して一律に詳細な質問や網羅的な確認を求める趣旨ではありません。 顧客の意向、理解度、商品特性、募集形態等を踏まえ、顧客が重視する事項を適切に把握できる方法で対応することが重要です。 顧客が簡潔な説明や代理店への一任を希望する場合であっても、その趣旨や重視事項を可能な範囲で確認し、顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき保険契約を提示・推奨する必要があります。 なお、形式的な質問項目の追加や書面作成自体が目的化することは適切ではなく、顧客の理解に資する実効的な意向把握・確認を行うことが求められます。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		顧客の意向が不明確な場合であっても「可能な限り顧客の意向を把握する」ことが求められているが、「可能な限り」がどこまでを指すのかについて明確な線引きがない。 この点が曖昧なままでは、事後的に過不足を問われるリスクを恐れ、代理店側が過剰な確認や比較を行わざるを得なくなり、結果として顧客対応の効率性や分かりやすさが損なわれる懸念がある。	
739.	―	今回の改正は不祥事を受けた顧客保護強化として理解しているが、規制アプローチに根本的な問題がある。 問題の本質は「便宜供与による販売の歪み」であるにもかかわらず、改正案は「個別販売記録の強化」に偏重しており、実効性と現場負担のバランスを欠いている。 問題の根源(便宜供与)を直接規制する「川上規制」への転換を提案する。 【対象箇所】 改正案全般、特に記録・検証義務を課す規定 【1. 現行改正案の問題点】 (1)記録義務の過剰な増加 ・ 顧客意向の詳細記録 ・ 商品選定理由の記録 ・ 説明内容の記録 ・ 月次/四半期/年次の検証記録 (影響：1契約あたり事務処理時間が2～3倍増、記録作成が目的化、顧客対応の質低下) (2)実効性への疑問	貴重なご意見として承ります。 なお、今般の監督指針改正は、乗合代理店における比較推奨販売について、代理店側の都合や保険会社との関係により、顧客の意向に沿わない保険契約が選別され、提示・推奨が行われることを防止し、顧客本位の保険募集を確保することを目的とするものです。 また、金融庁としては、保険会社と保険代理店との関係性に起因する不適切な誘導リスクにも対応するため、監督指針において、例えば、Ⅱ－4－2－1(4)「適正な保険募集管理態勢の確立」中の保険会社による保険代理店に対する指導等の実効性の確保、Ⅱ－4－2－9(6)「保険募集人の体制整備義務」中の過度の便宜供与の防止、Ⅱ－4－2－12「保険代理店等に対する便宜供与」、Ⅱ－4－2－13「保険代理店に対する出向」、Ⅱ－4－2－14「代理店手数料の算出方法」等を整備するなど、保険会社と保険代理店の適切な関係性の構築を求めています。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		記録上は「顧客の意向を確認し推奨」と記載できても、実際には便宜供与が動機であれば、記録からは発見困難。形式は整っているが本質的問題は解決しない。 (3)監督の実現可能性 全国20万店の代理店、年間数千万件の契約記録を個別確認することは物理的に不可能。結果として形式主義に陥る。 【2. 問題の本質と規制のミスマッチ】 不祥事の構造: 保険会社→便宜供与(システム提供、研修費用、人材派遣等)→代理店→見返りに特定商品優先販売→顧客被害 規制すべき優先順位: 第1位:便宜供与(資金の流れ)←問題の根源 第2位:販売実績との相関 第3位:販売プロセス 現行改正案の優先順位: 第1位:販売プロセスの記録←ここに偏重 第2位:体制整備 第3位:便宜供与の影響←間接的 〈他業界との比較〉 医薬品:製薬会社から医師への便宜供与を厳格規制、公開義務 建設:贈答・接待禁止、利益供与規制 証券:利益供与禁止、透明性確保 →保険業界のみ「個別取引記録」に偏重 【3. 具体的提案】	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		≪提案1:便宜供与の完全透明化≫ 第〇条(保険会社から代理店への便宜供与等の報告) 1. 保険会社は便宜供与等について四半期ごとに監督当局に報告 2. 便宜供与等:金銭提供、物品提供、役務提供、その他経済的利益 (通常の代理店手数料、最低限の販促物、業界標準的支援を除く) 3. 報告内容:提供先、内容詳細、時期、金額換算、目的、当該代理店の販売実績(過去3年) 代理店側報告(年間手数料1億円以上): 四半期ごとに受領した便宜供与を報告(クロスチェック用) 透明性確保: 年間100万円以上の便宜供与をホームページ・開示資料で公開 ≪提案2:相関分析の義務化≫ 第〇条(便宜供与の影響分析) 保険会社は年次で以下を分析・報告: ・ 便宜供与額と販売実績の相関関係 ・ 便宜供与前後の販売実績変化 ・ 便宜供与を受けた代理店と受けていない代理店の比較 ・ 同規模・同地域代理店との比較 監督当局は四半期ごとに統計分析: ・ 便宜供与額上位代理店	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		・ 伸び率上位代理店 ・ 販売シェア変動大の代理店 ・ 相関が高い代理店 →重点監視対象とし、必要に応じてヒアリング・検査 ≪提案3:独立監査制度≫ 第〇条(便宜供与に関する監査) 対象:保険会社全社、代理店(年間手数料10億円以上) 監査内容:記録の正確性、経済的価値の妥当性、販売実績との関係性、顧客本位の阻害有無 監査者:公認会計士等 結果:監督当局報告、概要開示 ≪提案4:上限規制≫ 第〇条(便宜供与の上限) 上限:当該代理店からの年間手数料の20%以内 例外(事前届出): ・ 業界全体の研修・教育 ・ 災害等緊急支援 ・ 長期的業務効率化 ・ その他顧客本位で正当なもの 違反時:業務改善命令、重大な場合は業務停止命令 ≪提案5:記録義務の見直し(リスクベースアプローチ)≫ 詳細記録義務の適用対象: ・ 影響分析で異常が認められた代理店 ・ 重点監視対象代理店 ・ 苦情多発代理店	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		その他の代理店: 最小限の記録(契約者基本情報、提案商品、契約商品、保険料・保障概要) 【4. 期待される効果】 〇運用イメージ <適正な代理店> B社から手数料1億円、便宜供与500万円(5%)、販売シェア30%(取扱15社中) →判定:問題なし、詳細記録義務なし <問題のある代理店> D社から手数料1億円、便宜供与5,000万円(50%、上限超過)、販売シェア85% →詳細ヒアリング、個別記録提出要求、調査、改善命令/業務停止 〇効果 1. 実効性のある監督 資金の流れをデータ分析→統計的異常検知→問題代理店に監督集中 2. 不正の抑止 便宜供与は全て報告→隠蔽困難→販売実績との相関分析→異常発見→強い抑止効果 3. 現場負担の大幅軽減 全契約の詳細記録(60～90分/件)→便宜供与報告(四半期/年次のみ)、健全な代理店は個別記録不要 4. 公正な競争環境	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		便宜供与が完全透明化→不当な優遇が困難→公正な競争 5. 効率的な監督 全件検査(不可能)→リスクベースアプローチ(実現可能) 【5. 実現可能性】 技術的:既存システム活用、新規大規模投資不要 コスト:保険会社・代理店とも限定的(現行の個別記録義務より遥かに小) 段階的導入: 年1:便宜供与報告開始(半期) 年2:四半期報告、統計分析開始、上限規制導入 年3:外部監査、リスクベース記録適用、完全実施 【結論】 問題の本質(便宜供与)に対し、間接的アプローチ(個別販売記録) ×現場の過度な負担 ×実効性への疑問 ×形式主義の蔓延 直接的アプローチ(便宜供与の透明化・監視) 〇問題の根源に直接対処 〇実効性のある監督 〇現場負担の軽減 〇公正な競争環境 真の顧客本位実現のため、規制アプローチの根本的見直しを強く要望する。	
740.	Ⅱ－4－2－9(5)	改正案では推奨販売に先立ち「顧客の意向を丁寧かつ明	貴重なご意見として承ります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		確に確認」することが求められるが、実際には「専門家の判断に委ねたい」という明確な意向を持つ顧客が一定数存在する。 　このような顧客に形式的な意向確認を繰り返すことは、かえって顧客の真のニーズに反し、「顧客本位」とは言えない。 　「専門家判断委任型」顧客ニーズを適切に扱う規定の追加を提案する。 【対象箇所】 Ⅱ－4－2－9(5)比較推奨販売、特に「顧客意向確認」規定全般 【1.「専門家判断委任型」顧客の存在】 (1)典型的な顧客の声 〈パターン1:全面委任型〉 顧客「入院保険に入りたいけど、よく分からないから〇〇さんのオススメでいいよ。プロなんだから、いいやつ選んでよ」 〈パターン2:判断回避型〉 顧客「60日型とか120日型とか、その違いもよく分からないし...普通の人はどれ選んでるの? 平均的なやつでいい。細かいことはいいから、プロから見て必要なやつ入れといてよ」 〈パターン3:時間制約型〉 顧客「仕事が忙しくて細かく考える時間ない。必要なもの、サクッと提案してくれる? 〇〇さんを信頼してるから任	顧客が「専門家に任せたい」などと述べる場合であっても、それにより意向把握・確認や情報提供が当然に不要となるものではありません。 　そのような意思表示がされたことを踏まえつつ、保障(補償)内容、保険料水準、特約等、顧客が重視し得る事項を確認するなど、可能な限り意向の形成を促し、又は意向の明確化に努めた上で、把握した顧客の意向に沿って、合理的かつ一定の具体性を有する基準や理由等に基づき、保険契約を選別し、提示・推奨することが重要です。 　また、顧客が詳細な比較説明を希望しない場合であっても、提示・推奨する保険契約の概要及び推奨理由等について、顧客が理解できるよう説明することが重要です。 　なお、顧客から委ねられたことを理由として、手数料水準、保険会社からの便宜供与、販売目標その他の代理店側の都合により特定の保険会社又は特定の保険契約へ誘導することは適切ではありません。 　各保険代理店においては、意向把握、推奨理由及び顧客への説明内容を事後的に確認・検証できる態勢を整備する必要があります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		せるよ」 〈パターン4:高齢者型〉 高齢顧客「もう年だから細かいことは分からない。長い付き合いだし、あなたに任せるわ」 →このような顧客が相当数存在 (2)顧客がこのような態度を取る理由 〈理由1:専門家への信頼に基づく合理的判断〉 ・ 保険は専門的で複雑→自分で判断するより専門家に任せた方が確実 ・ 代理店との信頼関係→この人なら適切に選んでくれる ・ 自分で勉強する時間コスト>専門家に任せる→合理的判断 〈理由2:情報処理能力・時間的制約〉 ・ 仕事や家事で忙しく保険の勉強時間がない ・ 専門知識を習得する能力や意欲がない ・ 多数の選択肢から選ぶこと自体がストレス ・ 高齢等により判断力に不安 〈理由3:「選択の自由」には「選択を委ねる自由」も含まれる〉 ・ 自ら選択する権利 ・ 専門家に選択を委ねる権利←これも重要な自己決定 後者を否定し形式的に「自ら選択」を強制するのは、かえって顧客の自己決定権を侵害。 【2. 形式的な意向確認の問題点】 (1)不合理な会話の強制	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		顧客「何でもいいからオススメ教えてよ」 代理店「ご意向を確認させて...」 顧客「だから分からないって。プロでしょ?任せるよ」 代理店「規制上、意向確認しないと提案できないんです」 顧客「じゃあ適当に...安いのがいい?」 代理店「最も安い商品を...」 顧客「え、でも保障薄いのは困る」 代理店「では保障重視ですか?」 顧客「だーかーらー!そういうバランスをプロが判断してよ!」 →顧客イライラ、代理店困惑、誰も幸せにならない (2)「顧客本位」との矛盾 【ケースA:形式重視】 顧客「任せたい」→規制上形式的に意向確認→顧客は仕方なく適当に「意向」→形式的意向に基づき提案→顧客の真のニーズと乖離 【ケースB:実質重視】 顧客「任せたい」→その意向を尊重→専門家として総合的に判断→顧客の属性・リスク・予算を踏まえた提案→商品選定理由を丁寧に説明→専門家判断に基づく適切な提案 明らかにケースBの方が「顧客本位」 【3. 他の専門家サービスとの整合性】 医師の診療: 患者「先生、お腹が痛い」 医師「どのような治療を希望?」	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		患者「分かりません。先生にお任せします」 医師「検査して、適切と判断する治療を行います」 →完全に正当な医療行為、「患者本位」に反しない 弁護士の法律サービス: 依頼人「訴訟を起こしたい」 弁護士「どのような戦略を希望?」 依頼人「法律は分かりません。先生にお任せします」 弁護士「最善の戦略を検討します」 →通常の「委任契約」、完全に正当 建築士の設計サービス: 施主「家を建てたい」 建築士「どのような設計を希望?」 施主「プロにお任せします。予算は3,000万円で」 建築士「最適なプランを作成します」 →正当な専門家サービス 保険販売だけが特別扱いされる理由はない。 むしろ保険という専門的商品だからこそ、適切な「委任関係」を認めるべき。 【4. 具体的提案】 提案:「専門家判断委任型」販売の明確な容認 (b)－4 顧客が自らの意向を明確に形成することが困難であり、かつ、乗合代理店の専門的判断に委ねる旨の意思表示をした場合、以下の要件を満たすことにより、当該委任を受けて推奨販売を行うことができる。 【要件】	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		(ア) 顧客が専門家判断に委ねる意思を有することの確認(口頭、書面、録音等) (イ)顧客の基本的情報の把握 ・ 年齢、家族構成、職業等の属性 ・ 予算(保険料の許容範囲) ・ 既加入保険の有無・内容 ・ 特に重視する/しない事項(ある場合) (ウ)専門家としての判断根拠の明確化 ・ 顧客の属性・リスクに基づく商品選定理由 ・ 選定した商品の特徴・メリット ・ 他の選択肢との比較(簡潔なもので可) ・ なぜこの商品が顧客に適していると判断したか (エ)顧客への説明と確認 ・ 選定した商品の内容の説明 ・ 選定理由の説明 ・ 顧客の理解と納得の確認 (オ)記録の保存 ・ (ア)から(エ)のプロセスの記録 ・ 委任を受けた経緯と判断根拠の文書化 【禁止事項】 委任を受けた場合でも、以下の基準で商品選定してはならない: ・ 乗合代理店が受領する手数料の水準 ・ 保険会社からの便宜供与の有無・内容 ・ 乗合代理店の販売目標・ノルマ達成状況	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		・ 保険会社との資本関係・取引関係 【事後検証】 委任を受けた販売は通常の推奨販売以上に厳格な事後検証を行う: ・ 委任の経緯が真正か(形式的でないか) ・ 選定理由が顧客の利益に基づくか ・ 特定商品への偏りがないか ・ 手数料等の代理店都合が介在していないか 【記録例】 専門家判断委任による提案記録 委任の経緯: 顧客発言(録音)「保険は分からないし勉強する時間もない。〇〇さんを信頼しているから、私に合う保険を選んでほしい」 確認した事項: 年齢45歳、家族(配偶者・子2人)、会社員、年収600万円、予算月5,000円程度、既加入なし、「がんが心配」との発言 専門家判断: ・ 45歳男性→三大疾病リスク上昇年齢 ・ 子供未成年→長期療養時の家計影響大 ・ 初めての医療保険→基本保障充実を重視 ・ 「がんが心配」→がん特約重視 ・ 予算月5,000円以内 商品選定: A社4,200円:保険料安いががん特約弱い	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		B社4,800円:がん特約充実、バランス良好　〇選定 C社5,500円:がん特約最充実だが予算超過 D社3,800円:保険料最安だが基本保障薄い 手数料状況: A社12%、B社10%←選定、C社15%、D社8% →手数料最高のC社でなく顧客最適のB社を選定 顧客への説明: 「お客様の年齢・家族構成、『がんが心配』とのお話を踏まえ、B生命をご提案します。がん保障が特に手厚く、予算内で最も充実した内容です」 顧客反応:「それでお願いします」 【5. 期待される効果】 (1)顧客の多様性の尊重 ・ 自分で選びたい顧客→十分な情報提供と選択肢提示 ・ 専門家に任せたい顧客→適切な委任関係と責任ある提案 →顧客一人ひとりの真のニーズに対応 (2)実効性のある不正防止 形式的意向確認:後付けで記録作成可能、便宜供与の影響見えにくい 委任の明確化:委任を記録、選定理由を詳細記録、手数料目的等の悪用が発見しやすい (3)専門家サービスとしての適切な位置づけ 医師・弁護士・建築士等で「委任」が認められており、保険販売も同様に扱うべき	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		【結論】 「顧客本位」とは、顧客を画一的な型にはめることではなく、顧客一人ひとりの多様なニーズに応えることである。すべての顧客に「自分で意向を述べよ」と強制することは、かえって顧客の自己決定権を侵害し「顧客本位」に反する。「専門家判断委任型」の販売を適切に認めることこそが、真の顧客本位であると確信している。	
741.	―	乗合代理店で多数の保険会社の比較推奨を行うことは困難であるため、簡単な仕組みにしていただきたい。	貴重なご意見として承ります。
742.	Ⅱ－4－2－9(5)	当社はディーラー販売店であるため、本業との兼ね合いから、保険業務のみに十分な人的・時間的リソースを割くことが難しい状況にある。 現在、複数社(3社)の保険商品を取り扱っているが、各社それぞれの商品内容や制度の違いについてスタッフに理解してもらい、丁寧に説明するためには相応の時間が必要となる。 そのため、日常業務と並行して対応することは容易ではなく、業務効率の面から、現実的ではない。	貴重なご意見として承ります。 保険募集人には、自らの所属保険会社等の商品について、顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められます。そのため、保険契約者等の保護の観点から、自らの規模や業務特性に見合った教育・管理・指導、募集人配置、業務の引継ぎ体制、取扱範囲の明確化等の体制整備を図る必要があります。
743.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①について、法令上は、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号は「顧客の意向に沿って当該二以上の所属保険会社等を有する保険募集人が選別した比較可能な同種の保険契約の概要」の説明が求められているのだから、「商品特性等により、特定の保険契約を推奨」する前の、顧客の意向に沿って選別した範囲の保険契約の概要等を情報提供する法的義務があるという理解	貴重なご意見として承ります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		でよいか。 　もしそのような情報提供を不要とするのであれば、法令の記載範囲を超えるので、但し書き等を追記すべきである。 　保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ(以下、ハ方式とする。)は廃止されたが、その趣旨は実際には同号ロに読み込まれているのであり、「顧客の意向に沿って・・・選別」には、顧客の意向と具体的に関係がない(顧客の意向に沿っただけでは絞り込みができないものをさらに絞り込む。)さらなる「絞り込み」が含まれる、という解釈理解でよいということをこのパブコメで明示していただきたい。 　個人的には、今まで、法令上は具体的な根拠がない、指針独自の体制整備事項として規定されていた監督指針Ⅱ－4－2－9(5)②の「顧客に対し、特定の商品を提示・推奨する際には、当該提示・推奨理由を分かりやすく説明することとしているか。 　特に、自らの取扱商品のうち顧客の意向に合致している商品の中から、二以上の所属保険会社等を有する保険募集人の判断により、さらに絞込みを行った上で、商品を提示・推奨する場合には、商品特性や保険料水準などの客観的な基準や理由等について、説明を行っているか」を、無理に法令上の情報提供義務の内容としようとして、無理が生じているようにも思う。 　解釈上無理がある技巧を凝らさずに、ハ方式を法令規定	

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		として一部存続させることが正当と思う。	
744.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針の改正によって、保険代理店としての業務を兼務している自動車販売店においては、どちらが本業なのか疑問視する声が多くなるのではないか。	
745.	Ⅱ－4－2－9(5)	募集人資格は、比較的短期間の学習で多くの人が取得可能な制度である一方、今回の改正案で求められている比較推奨販売の水準は、対応が難しい高度な内容となっている。 登録した瞬間から、このレベルの対応を求める制度設計は、人材育成の現実や、経験を積み重ねて成長するというプロセスを十分に踏まえていないように感じる。	貴重なご意見として承ります。 乗合代理店においては、取扱商品、募集形態、顧客属性、募集人の経験・知識等を踏まえ、顧客の意向に沿った適切な選別・提示・推奨が行われるよう、保険募集人に対する教育・管理・指導、経験に応じた役割分担、上席者による確認、相談・引継ぎ体制等を整備することが重要です。 また、保険会社においても、保険代理店における保険募集の適切性が確保されるよう、保険代理店に対する教育・管理・指導等を実効的に行うことが求められます。 金融庁としては、実際の募集実務において顧客本位の業務運営が確保されているかという観点から、引き続き、適切にモニタリングしてまいります。
746.	－	現在、損害保険の実務においては、保険会社がディーラー系代理店など一部の販売チャネルに対してのみ、いわゆる「等級据え置き型」の長期自動車保険契約等、「メリットの高い保険商品」を提供し、その他チャネルの代理店には同様の商品を取り扱わせないという事象がある。 こうした商品提供格差は、代理店から顧客に案内できる商品内容の違いを引き起こし、結果として、顧客が比較する選択肢を十分に得られないという問題が生じている。 比較推奨販売方式の改善に当たっては、まずこうした問	貴重なご意見として承ります。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		題を解消することを優先し、保険会社がどの販売チャネルの代理店にも公平に保険商品を提供し、顧客が常に適切な判断を行える環境を整えることが必要である。	
747.	―	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハの廃止について、タイムパフォーマンスを重視する若年層の新規加入者に対して、長時間の保険商品に関する対面説明を行うことはハードルが高い。 これが保険離れ、車離れを加速させる可能性があると考える。	
748.	―	顧客が求めるのは「自動車保険の迅速な付保と正確で早い事故対応」ではないかと考える。 説明プロセスの肥大化がそれを妨げないよう実務に即した柔軟な運用基準を強く求める。	
749.	―	比較推奨販売に関する改正は、意向把握義務に関する監督指針の内容や過去に公表されている金融庁の考え方に影響を及ぼすものではないという理解でよいか。	今般の比較推奨販売に関する改正については、顧客の最善の利益を勘案した公正な保険募集を確保する観点から、乗合代理店における比較推奨販売の在り方を明確化したものであり、意向把握・確認義務の対象や把握方法そのものを変更する趣旨ではなく、従来から求められている意向把握・確認を前提として、比較推奨販売を行う場合の考え方や留意点を明確化したものです。
750.	―	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号で用いている「顧客の意向」は、保険業法第294条の2に基づく意向把握義務における「顧客の意向」と同義であるとの理解でよいか。 また、今般の比較推奨販売に関する改正により、意向把	保険業法施行規則第227条の2第3項第4号における「顧客の意向」については、同法第294条の2に基づく意向把握・確認義務において把握すべき「顧客の意向」と同義です。 また、今般の比較推奨販売に関する改正は、意向把握・確認義務の対象や把握方法そのものを変更する趣旨ではなく、従来から

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
		握義務の対象や方法に変更が生じるものではないとの理解でよいかを確認したい。	求められている意向把握・確認を前提として、比較推奨販売を行う場合の考え方や留意点を明確化したものです。
751.	―	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①A.及びB.で用いられている「保険募集の実務や募集形態等に応じて」との表現について、具体的にどのような募集実態や形態を想定しているのかを明らかにしてほしい。	Ⅱ－4－2－9(5)①A.に規定する「乗合代理店が取り扱う複数の保険契約の契約内容を比較して説明する場合には、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号イの規定の趣旨を踏まえた上で、保険募集の実務や募集形態等に応じて」とは、例えば、使用する募集手段(システム等)の違い、対面募集か非対面募集(WEB完結型募集を含む)かの別、取扱商品の内容・特性などを踏まえることを想定しています。(同①B.も同様) 比較推奨販売の具体的な方法については、こうした実態に応じて合理的に判断されるべきものであり、特定の手法や運用を一律に求める趣旨ではありません。顧客の最善の利益を確保しつつ、実務上、実効性のある方法が選択されることが重要と考えます。
752.	―	監督指針 Ⅱ－4－2－9(5)①A.及びB.における「保険募集の実務や募集形態等に応じて」が具体的に意味するところについてご教示いただきたい。	
753.	―	比較推奨販売に係る監督指針が厳格化され、乗合代理店の現場の負担が相当程度増えるようになると、代理店としては新たな人材の採用や社内システムの構築など追加的な支出が不可避となり、代理店の経営を大きく圧迫することになり、特に中小代理店についてはそうした影響が甚大になるものと考える。 こうした懸念については金融審議会・制度等改正WGにおける検討の過程でも指摘があり、WG報告書においても記述があったものと理解しているが、今回の監督指針改正案においてはそうした懸念につきどのような配慮がされているのか。具体的にご教示いただきたい。	比較推奨販売に係る今般の監督指針改正については、顧客の最善の利益を勘案した適切な保険募集を確保することを目的とするものであり、乗合代理店に一律かつ過度な人員増強やシステム投資を求める趣旨ではありません。 金融審議会等において指摘された中小規模代理店を含む現場の負担への懸念も踏まえ、監督指針では、体制整備の具体的な内容や方法については、代理店の規模や業務特性等に応じて合理的に判断されるべきものとしております。 したがって、比較推奨販売への対応にあたっては、形式的な対応や過度なコスト負担に陥ることなく、既存の人材や仕組みを活用しながら、実効性のある体制を整備することが重要であり、金

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			融庁としても、顧客保護と代理店経営の持続可能性との両立が図られるよう、実態に即した運用が行われることを重視しております。
754.	―	保険ショップ内に保険商品のパンフレットを陳列するスペースがあるが、全ての取扱保険商品を陳列することは物理的に不可能な場合がある。 保険商品のパンフレットを陳列する行為は保険募集に該当しないと理解しているため、全ての取扱保険商品を陳列できていなくても比較推奨販売規制に違反するものではないという理解でよいか。 なお、保険ショップ内での募集は監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①B.に定める方法によることとし、パンフレットを陳列していることを理由として保険商品を推奨することはないという前提である。	貴見のとおりです。 ただし、保険募集に当たっては、保険業法第294条第3項に基づき、あらかじめ、顧客に対し所属保険会社等の商号等を明らかにしなければならないことに留意する必要があります。 なお、「パンフレットを陳列する行為は保険募集に該当しない」かどうかはその後の一連の流れで判断する必要がある点にも留意が必要です。
755.	Ⅱ－4－2－9(5)	改正案が比較推奨販売の適正化を重視している点は評価できるが、Web完結型募集を含む乗合代理店の比較サイトについては、比較範囲やランキング・おすすめ表示の根拠が不明確な事例が多く、消費者が誤認するおそれがある。 そのため、Web上の比較表示が「推奨」に該当する基準や、取扱商品範囲の明示、表示根拠の開示方法、並びにWeb環境に即した顧客意向把握の方法を監督指針で明確化するとともに、Q&Aの公表や猶予期間の設定を求める。	比較対象範囲や取扱商品範囲、ランキングやおすすめ表示の根拠等については、保険業法第300条第1項第6号の規定に基づき、顧客に誤認を与えることのないよう分かりやすく情報提供を行う必要があります。 乗合代理店においては、保険募集の実務や募集形態等に応じて、比較表示が顧客に与える影響を十分考慮した上で、関係法令及び監督指針の趣旨に即した適切な募集・表示を行うことが求められます。 とりわけランキングやおすすめ表示については、提示するタイミングによっては、顧客意向の恣意的な誘導に繋がりかねず、顧客の適切な商品選択の機会が確保されない可能性があり得るた

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			め、Ⅱ―4―2―9(5)に則り、乗合代理店の規模や業務特性等に応じて、自社の募集実務や募集形態等を踏まえた適切な比較推奨販売が実施されるよう実効的な体制が整備されることが重要となります。
756.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)柱書には、「乗合代理店(略)は、金融サービス提供法(略)に基づく顧客等に対する誠実公正義務の趣旨も踏まえ、顧客の最善の利益を勘案しつつ、適切な比較推奨販売(略)を行わなければならない」とある。 一方で、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号は、あくまで「比較推奨販売をしようとする場合」のみを規定しており、施行規則と監督指針の記載が整合していないように思われるがどうか。	Ⅱ－4－2－9(5)の柱書は、乗合代理店が比較推奨販売を行う場合において、金融サービス提供法に基づく誠実公正義務の趣旨を踏まえ、顧客の最善の利益を勘案した対応が求められることを総論的に示したものです。 そのため、保険業法施行規則第227条の2第3項第4号が「比較推奨販売をしようとする場合」に限定して規定している点と矛盾するものではなく、監督指針は、法令の規定を前提として、その具体的な考え方や運用上の留意点を明らかにする趣旨で記載しているものです。 したがって、比較推奨販売を行わない場合にまで、当該条項に基づく義務を一律に課す趣旨ではなく、相互に整合的な関係にあると考えます。
757.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①A.において、「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)」について、監督指針Ⅱ－4－2－2(9)②が参照されているが、乗合代理店は、同②の情報提供義務を遵守することに加えて、別途監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①A.の内容も重ねて遵守する必要があるのか、その関係性を明確にしてほしい。	Ⅱ－4－2－9(5)①A.において、Ⅱ－4－2－2(9)②を参照している趣旨については、比較説明を行う場合における情報提供の基本的な考え方として、既存の顧客保護に関する規定を前提とすることを明確化したものです。 乗合代理店においては、比較説明を行う場面において、Ⅱ－4－2－2(9)②を遵守することが基本となります。その上で、Ⅱ－4－2－9(5)①A.は、乗合代理店が比較推奨販売を行う場合に求められる考え方を示すものであり、Ⅱ－4－2－2(9)②とは別に新たな情報提供義務を重ねて課す趣旨ではありません。

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			両者は、相互に補完関係にあり、比較説明を行う実務において、顧客の最善の利益を確保する観点から適切に対応することが重要であると考えます。
758.	Ⅱ－4－2－9(5)	監督指針Ⅱ－4－2－9(5)②ウ.(注)には、「顧客の意向や属性に応じた比較推奨販売に係る説明」とあるが、監督指針Ⅱ－4－2－9(5)①には、「属性に応じた比較推奨販売」の記載がない。どのような推奨販売の分類・方法を想定しているか。	Ⅱ－4－2－9(5)②ウ.(注)における「顧客の意向や属性」とは、顧客の年齢、職業、保険に関する知識・経験、契約目的、リスクの性質等、募集の実務において、通常、把握される顧客の状況を総合的に指すものです。 これは、Ⅱ－4－4(顧客保護等)において求められている、顧客の知識・経験等に応じた分かりやすい説明や、顧客に不利益が生じないよう配慮した対応を求めたものです。 一方、Ⅱ－4－2－9(5)①において、「属性」という文言を明示していないのは、比較推奨販売の基本的な枠組みを示す趣旨によるものであり、②ウ.(注)は、その具体的な説明に当たり、顧客の状況に応じた説明の在り方を補足的に示したものです。 顧客の属性ごとに画一的な推奨販売の分類や方法を定めることを意図するものではなく、顧客の意向と併せて、理解度や状況に応じた合理的で分かりやすい説明が行われることが重要と考えます。
759.	Ⅱ－4－2－9(5)	所属保険会社のうち、特定の契約者からの要請などにより、当該契約者に関する新規または更新のみを扱っている保険会社については、他顧客への提示・推奨にあたり、これをあらかじめ除外してよいか。	ご質問の趣旨が明らかではありませんが、乗合代理店は、自らが取り扱う所属保険会社等の保険商品について、Ⅱ－4－2－9(5)に則して、顧客の最善の利益を勘案しつつ、公正な保険募集を行うことが求められています。 したがって、代理店委託契約において定められた取扱い対象となる保険契約の中から、乗合代理店が独自の判断(理由等)のみにより、あらかじめ、比較推奨販売の対象とする保険契約を選定・

No.	該当箇所	コメントの概要	金融庁の考え方
			決定することは適当ではありません。