

保険募集の基本と心構え

※本編では、「代理店」「保険募集人」を、原則として「保険募集人(代理店)」と表記します。

学習の内容

- 第1章 保険契約の引受け
- 第2章 保険料・保険契約の管理
- 第3章 事故・苦情への対応
- 第4章 保険募集人の心構え

学習のポイント

保険引受けの基本的な考え方と注意点
(適合性の原則、アンダーライティングなど)



保険料および保険契約の管理の基本的な考え方と注意点
(保険料の流用・費消の禁止など)



事故対応、苦情対応の基本的な考え方と注意点
(保険会社との連携、請求手続きのサポートなど)



保険募集人の心構え
(CSとコンサルティング、事故防止・防災、コミュニケーションなど)



●デジタルテキストとの関連について

テキスト内の **デジタルテキスト 000** はデジタルテキストにおけるページ番号です。また、本文中の (P.000参照) は、**デジタルテキスト 000** のページ番号で表記しています。

第1章 保険契約の引受け

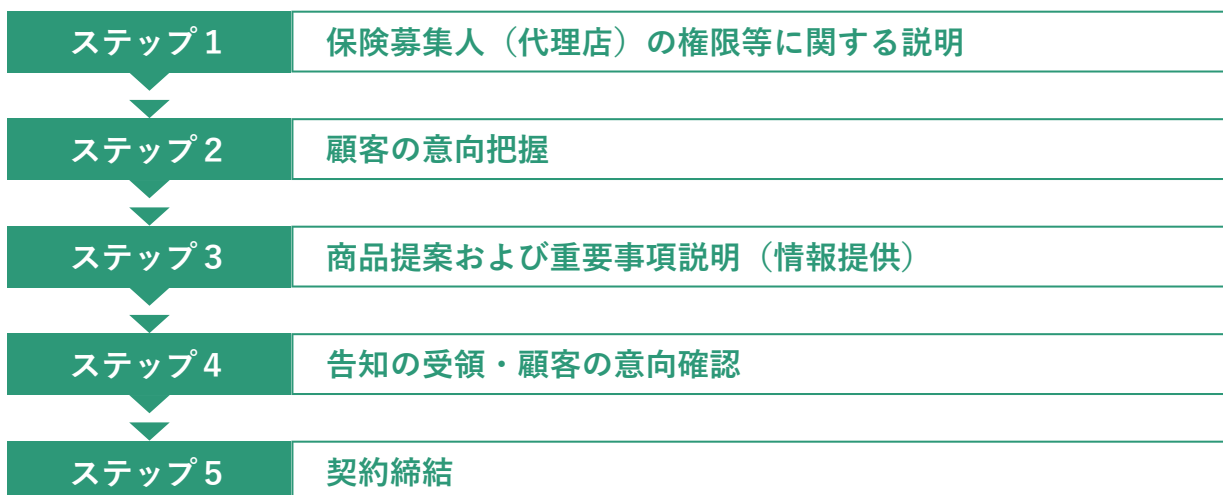
デジタルテキスト 246

3-1-1 基本的な保険募集フロー

第1節の
学習時間およそ
5分

保険募集人（代理店）は、保険契約の引受けにあたり、顧客が抱えているリスクや意向を十分に把握したうえで、顧客の意向に沿った保険商品を提供することが重要です。

基本的なフローは次のとおりですが、それぞれのステップが、どのような役割を担っているかを理解したうえで対応することが重要です。



デジタルテキスト 247

ステップ1 保険募集人（代理店）の権限等に関する説明

保険募集人（代理店）が保険会社のための保険契約の締結の代理または媒介のいずれかを行う立場であること等を明示するために、自らの権限や所属保険会社の名称などについて、「保険契約申込書」や「パンフレット」などを用いて説明します。



デジタルテキスト 248

ステップ2

顧客の意向把握

顧客が自らのニーズに合致した保険商品を適切に選択・購入できるよう、顧客の意向について、「保険契約申込書」や「意向確認書面」などを用いて把握します。

商品の特性に応じ、顧客のライフプランや公的保険制度等を踏まえ、顧客の抱えるリスクやそれに応じた保障の必要性を適切に理解してもらう必要があります。そのために、公的年金の受取試算額などの公的保険制度についての情報提供を適切に行います。



デジタルテキスト 249

ステップ3

商品提案および重要事項説明（情報提供）

a. 商品提案

顧客の意向を踏まえ、「契約のしおり」や「パンフレット」などを用いて適切な保険商品を提案します。

顧客が商品を選択するための重要な機会ですので、提案した商品と顧客の意向とが、どのように対応しているのか、その関係性をわかりやすく説明します。

b. 重要事項説明

保険契約の内容等について、「重要事項説明書」などを用いて説明します。

契約締結に先立って、顧客が理解するための十分な時間を確保するとともに、次の点を説明します。

- ・当該書面を読むことが重要であること
- ・主な免責事由など、顧客にとって特に不利益な情報が掲載された部分を読むことが重要であること（特に乗換等の場合に不利益となる可能性があること）

デジタルテキスト 250

ステップ4

告知の受領・顧客の意向確認

a. 告知の受領

「保険契約申込書」などを用いて、保険会社の定める告知事項について、正しく告知してもらいます。事実を正確に告知してもらわないと、正しい保険料が算出できず、場合によっては、保険金が支払われなかったり、契約が解除になったりすることがあることを説明します。

b. 顧客の意向確認

「保険契約申込書」や「意向確認書面」などを用いて、顧客が選択・購入した保険商品が顧客の意向に合致しているかについて確認します。

デジタルテキスト 251

ステップ5

契約締結

a. 契約意思確認

「保険契約申込書」を用いて、契約意思の確認をはじめ、契約条件などの記載内容に誤りがないことを確認します。

そのうえで、申込みの意思表示の証として、保険契約者の同意の記録を取り付けます。

b. 保険契約申込書（写）・意向確認書面（写）の交付・保険料の領収

「保険契約申込書」（写）や「意向確認書面」（写）を交付します。保険料を領収した場合には、併せて保険会社所定の保険料領収証を発行します。

c. 契約計上・保険料精算

保険会社の定めに従って速やかに保険会社に契約報告します。保険会社は、保険募集人（代理店）からの契約報告をもとに契約の計上を行いますが、近年では保険募集人（代理店）が代理店オンラインシステムを利用して、契約の報告・計上を行う方式 **▲注1** となっています。

また、保険料を領収した場合、受領した保険料を遅滞なく保険会社に送金するか専用の預貯金口座に保管し、保険会社所定の方法で精算します。

d. 保険証券の発行・交付

保険契約申込書の内容に基づいて、保険会社において「保険証券」が発行され、「保険約款」とともに保険契約者に郵送されます。 **▲注2**

▲注1 ダイレクト計上などと呼ばれています（P.297参照）。

▲注2 近年では、ペーパーレス化により、保険会社のホームページ等で閲覧できる「WEB証券」や「WEB約款」の導入が進んでいます。

デジタルテキスト 252



(1) 適合性の原則

「適合性の原則」とは、顧客の属性（知識、経験および財産の状況、保険加入の目的等）に応じた勧誘を行わなければならないという原則のことで、

顧客と保険募集人（代理店）の間には保険商品等に関する情報の格差がありますので、顧客の意向に沿った保険商品を提供するためには、顧客を取り巻くリスクや保険商品について顧客の理解度を踏まえて説明することや、顧客の財産状況に応じて経済的に過度の負担とならないように必要とする範囲内で保険商品を提供することなど、顧客の視点に立って対応することが重要です。



参考

顧客保護を図るための留意点（金融庁監督指針Ⅱ-4-4-2-1）

- (1) 顧客に対して公正な事務処理を行っているか。
- (2) 保険契約者との取引にあたっては、取引の内容等を保険契約者に対し、適切かつ十分な説明を行っているか。
- (3) 変額保険及び外貨建て保険等、保険契約者がリスクを負っている商品の販売を行うにあたっては、保険契約者に対し適切かつ十分な説明を行い、かつ必ず保険契約者から説明を受けた旨の確認を行うための方策を講じているか。
- (4) 高齢者に対する保険募集は、適切かつ十分な説明を行うことが重要であることにかんがみ、社内規則等に高齢者の定義を規定するとともに、高齢者や商品の特性等を勘案したうえで、きめ細やかな取組みやトラブルの未然防止・早期発見に資する取組みを含めた保険募集方法を具体的に定め、実行しているか。
- (5) 保険会社又は保険募集人が行う電話による新規の保険募集等（転換及び自らが締結した又は保険募集を行った団体保険に係る保険契約に加入することを勧誘する行為その他の当該保険契約に加入させるための行為を含む。）は、非対面で、顧客の予期しないタイミングで行われること等から、特に苦情等が発生しやすいといった特性等にかんがみ、当該行為を反復継続的に行う保険会社又は保険募集人は、トラブルの未然防止・早期発見に資する取組みを含めた保険募集方法を具体的に定め、実行するとともに、保険募集人に対して、適切な教育・管理・指導を行っているか。
- (6) 顧客情報は法的に許される場合及び顧客自身の同意がある場合を除き、第三者に開示していないか。
- (7) 貸付先の財務情報など、個別企業に関わる情報についても、厳重かつ慎重に取り扱っているか。

(2) 高齢者に対する保険募集

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

このような状況に鑑み、保険契約者本人が高齢の場合は、高齢者の特性に配慮し、より丁寧な対応を行うことが重要です（金融庁監督指針Ⅱ-4-4-2-1（4））。

① 高齢者の認知判断能力に応じた対応

② 高齢者の年齢や保険商品の特性等に応じた、よりきめ細やかな対応

③ 認知判断能力に問題の認められる高齢者への対応

④ 保険募集内容の記録・保存

⑤ 保険契約締結後のアフターフォロー

⑥ 高齢者への電話による保険募集・郵送による保険募集

① 高齢者の認知判断能力に応じた対応

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

- (a) 加入目的や想定されるリスク等について、顧客が理解しやすい言葉を使って優しい口調で質問し、急かさず顧客の言葉に耳を傾け、その意向を正確に把握・確認する。
- (b) 商品内容について、顧客の認知判断能力等を確認しながら、わかりやすい言葉を使っておだやかに、はっきりとした口調で丁寧に説明する。顧客が十分に理解していないと思われる場合は繰り返し説明し、特に不利益事項、例えば、既往症について一定期間補償されないケースなどは、十分に説明を行う。
- (c) 顧客の希望や必要に応じ、顧客の親族等を交えて十分に説明したうえで意思確認を行う。また、適宜、保険会社が定める代理人規定などを活用する。等



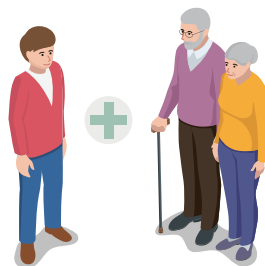
高齢者

デジタルテキスト 255

② 高齢者の年齢や保険商品の特性等に応じた、よりきめ細やかな対応

高齢者に対して保険募集を行う際には、顧客の年齢や保険商品の特性（投資性の程度、保険料の多寡、即時契約締結ニーズの有無等）に応じ、求められる対応が異なると考えられ、ケースに応じて、次のようなきめ細やかな対応を行う必要があります。

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



親族

高齢者

デジタルテキスト 256

③ 認知判断能力に問題の認められる高齢者への対応

認知判断能力に問題の認められる高齢者への保険募集においては、契約者本人の認知判断能力の状況および本人に関する代理人等の状況に鑑み、保険会社と相談のうえ、対応します。

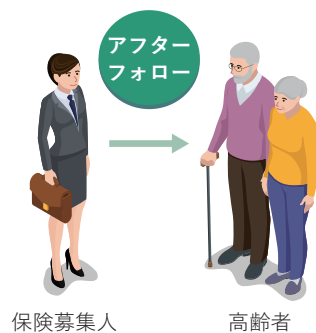
④ 保険募集内容の記録・保存

高齢者への保険募集においては、保険会社の指示に従い、保険募集内容の記録・保存を適切に行う必要があります。

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

⑤ 保険契約締結後のアフターフォロー

高齢者への保険募集においては、前記①～④に加え、高齢者や保険商品の特性等を勘案したうえで、契約締結後に、電話や訪問などにより、契約内容の確認依頼を実施するなどのアフターフォローが重要です。



⑥ 高齢者への電話による保険募集・郵送による保険募集

高齢者に対しては、極力、対面で保険募集を行う必要がありますが、電話や郵送のように、対面以外の方法で保険募集を行う場合においても、高齢者の特性に配慮した対応が必要です。

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

したがって、電話による保険募集は、顧客本人の認知判断能力に問題がないと判断される場合で、本人から電話での契約締結の希望があるケース等に限定して行う必要があります。

その場合は、前記①～④に加え、次の点に注意することが大切です。

- (a) 保険募集人（代理店）の説明内容が十分理解されているかについて確認するために、「はい」「いいえ」という返事だけでなく、できる限り顧客自身に話をしてもらうよう促す。
- (b) 電話による継続した対応が困難であると思われる場合は、対面募集に切り替える。
- (c) 電話による保険募集時の会話内容について、可能であれば録音・記録等を行い、後日、保険募集等の内容について顧客本人やその親族等から確認依頼があった場合に備える。

なお、郵送募集の場合でも、対面や電話でのフォロー等を適宜行い、複数回の接点を設けるなど、より丁寧な対応を心掛けることが大切です。



参考

電話による保険募集

「電話による保険募集」では、対面募集と同レベルの対応を確保する必要があります。顧客に電話で契約締結の確認を行った日時等を記録した契約内容等確認書を申込書お客様控や重要事項説明書等と併せて送付するなどの保険会社の規定等を遵守しなければなりません。


（注）「電話による保険募集」を行う場合は、保険会社の指示に基づき、所定の手続きが必要となります。

(3) 障がい者に対する保険募集

① 障がい者への対応に係る基本方針

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

したがって、保険契約者本人が障がいを有する場合は、不当な差別的取扱いは行わず、障がいの状態や性別、年齢に応じた必要かつ合理的な配慮を行うことが重要です。 

 金融庁では、「金融庁所管事業分野における障害を理由とする差別の解消の推進に関する対応指針」を公表しています。同指針では、障がい者が「身体障害、知的障害、精神障害（発達障害及び高次脳機能障害を含む。）その他の心身の機能の障害（難病等に起因する障害を含む。）（以下「障害」と総称する。）がある者であって、障害及び社会的障壁により継続的に日常生活又は社会生活に相当な制限を受ける状態にあるものであり、いわゆる障害者手帳の所持者に限られない。」と定義されています。



参考

障がい者への対応に係る指針

（2016〈平成28〉年2月損保協会作成 2024〈令和6〉年4月改定）

損保協会および会員会社は、「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律」が掲げる目的を踏まえ、次のとおり、対応の指針を定める。

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

② 保険募集にあたっての注意点

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

また、障がい者の希望する対応が、正当な理由 **注1** により行えない場合や、過重な負担 **注2** となるため対応が困難である場合は、本人にその理由を丁寧に説明し理解を得るよう努める必要があります。

【合理的な配慮の具体例】 **注3**

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

注1 正当な理由とは、障がい者に対して、障がいを理由として、財・サービスや各種機会の提供を拒否するなどの取扱いが客観的に見て正当な目的の下に行われたものであり、その目的に照らしてやむを得ないといえる場合をいいます。

注2 過重な負担に該当するか否かは、事業者において、個別の事案ごとに、事務・事業への影響の程度、実現可能性の程度、費用・負担の程度、事務・事業規模、財政・財務状況等を考慮し、具体的場面や状況に応じて総合的・客観的に判断することが必要です。

注3 障がい者や保険商品の特性等に応じた具体的な対応については、保険会社の指示に従ってください。

参考 電話リレーサービス

「聴覚障害者等による電話の利用の円滑化に関する法律」により、2021（令和3）年7月1日から、電話リレーサービス（聴覚障がい者等と聴覚障がい者等以外の方を電話リレーサービス提供機関にいる通訳オペレーターが「手話」「文字」「音声」を通訳することにより、電話で即時双方向につなぐサービス）が公共インフラとして提供されています。

電話リレーサービスを介して聴覚障がい者等から連絡があった場合には、電話リレーサービスを介さない電話による連絡の場合と同様の適切な対応が求められています。

しかし、電話リレーサービスを介したやり取りには、本人確認等の留意点（なりすましへの対応等）もあります。制度概要を理解のうえ、各保険会社の案内に従い、適切・丁寧に対応する必要があります。

(1) アンダーライティング

① 契約条件と保険料率の決定

アンダーライティングとは、保険会社が、申込みのあった保険契約に関するリスク状況を調査し、「契約引受けの可否」および「契約条件と保険料率」を決定する契約引受判断全般のことをいいます。**▲注**

保険制度は、1人の保険契約者が偶然の事故によって損害を被った場合に、多数の保険契約者が支払った保険料でその損害をてん補するという相互扶助の仕組みで成り立っており、保険制度を維持するためには、適正な引受けを行う必要があります。そのためには、「公平の原則」（P.054参照）に沿った契約引受けが重要であり、十分なリスク状況の調査を行ったうえで、危険度に見合った保険料率を適用する必要があります。

また、リスクの高い契約に対しては、割増保険料を適用するほか、免責金額を高く設定するなど、リスクに見合った契約条件を提案する必要があります。例えば、事故が多い契約の継続にあたっては、保険会社とも連携のうえ、契約更新や契約条件の見直しを行う必要があります。

▲注 アンダーライティング（U/W）は、ロイズ（ロンドンの保険市場）でリスクの内容を判断して引受けを行うアンダーライター（保険引受業者）が書類の最後に引受けの同意を示す署名をしたことに由来します。

デジタルテキスト 261

② 告知の受領

保険契約者と直接の接点となる保険募集人（代理店）は、保険契約の引受時において、次の事項に十分に注意する必要があります。

a.告知の重要性

契約条件と保険料率を決定するにあたり、保険契約者または被保険者からの告知は極めて重要です。保険契約者間の公平性を保つために、必ず保険契約者または被保険者に告知の重要性を適切な方法により説明するとともに、危険に関する重要な事項のうち、保険会社が告知を求めた事項（告知事項）について、本人から事実を正確に告知してもらうことが必要です。

【告知を必要とする事項】（例）

自動車保険	被保険自動車の車名・型式・仕様・登録番号、用途車種、前契約における事故の有無 等
火災保険	保険の対象の所在地、建物の構造・用法・面積 等
傷害保険	被保険者の職業・職種、補償内容が重複するような他の保険契約 等

b.告知受領権

保険募集人（代理店）が告知の受領権（P.110参照）を有していることについて、必ず保険契約者等に説明を行う必要があります。

また、保険会社側が保険契約締結の際に、告知事項に該当する事実を知っていたか、または過失によって知らなかったときは、保険契約を解除できません。したがって、保険募集人（代理店）が過失によって保険契約者等の告知事項に該当する事実を知らないことがないよう注意が必要です。

デジタルテキスト 262

(2) リスクの評価と選択

保険契約は、所定の保険料を支払って、万が一の場合に高額な保険金を受け取る契約であるため、保険金目当ての放火・殺人や保険金の不正請求などのモラルリスク（道徳的危険）が潜在しており、このような保険本来の目的を逸脱した契約を排除することが重要です。

① 不良契約の排除

② 逆選択への対応

デジタルテキスト 263

① 不良契約の排除

損害保険契約には、放火による保険金詐取を目的とするなどの道徳的節度の欠如により危険が高まる「道徳的ハザード」や、保険に加入したことによって事故防止意識が欠如する「意識的ハザード」が潜在しています。

保険料率は、損害発生確率が統計的に算出できる物理的リスクに基づいて算定されており、道徳的ハザードや意識的ハザードなどの「人的ハザード」は考慮されていません。したがって、これらの不良契約が保険集団に紛れ込めば、「大数の法則」（P.052参照）や「公平の原則」が正常に働かなくなり、保険料率の引上げ等により一般の保険契約者の保険料の負担増につながります。

アンダーライティングの重要な目的のひとつは、保険契約者・被保険者からの告知や外観からでは判断できない人的ハザードの存在を見抜き、不良契約を排除することです。



デジタルテキスト 264

② 逆選択への対応

アンダーライティングのもうひとつの重要な目的は、逆選択に対する対応です。逆選択とは、危険度の高いリスクに対して保険に加入する傾向が強いこと、または危険度の高い物件だけを選択して契約することをいいます。

保険契約者の逆選択にまかせておけば損害率が高くなり、それに対応するために保険会社が保険料率を引き上げれば危険度の高い者しか保険に加入せず、その結果、損害率が更に悪化するという悪循環が生じます。

したがって、契約引受けに際しては、申し込まれた契約が逆選択でないかを見極め、危険度の高いリスクに対しては、必要に応じて免責金額や縮小てん補を設定するなど、適切な契約条件を決定することが重要となります。



(3) 被保険利益・他の保険契約等の確認

① 被保険利益（保険の対象）の確認

損害保険契約（傷害保険契約を除きます）は、損害をてん補する契約であるため、被保険利益がなければ、保険契約が成立しません。したがって、火災保険や任意の自動車保険（車両保険）などの財物を保険の対象とする契約の際は、架空契約などによる保険制度の不正利用を防止する観点から、保険の対象が実在するかどうか、誰が保険の対象の所有者（被保険者）であるかを確認することが重要です。

また、特に宝石・貴金属や美術品などの高額な物を保険の対象とする契約では、その物が実在するかどうか、保険金額が過大でないかどうかを確認することが大切です。

さらに、保険金詐取などによる保険制度の不正利用を防止する観点から、保険の対象となる財物に損傷がないか（既に事故が発生していないか）を確認することも重要となります。

② 他の保険契約等の有無の確認

火災保険などの財物を保険の対象とする契約において、同じ保険の対象に既に「他の保険契約等」**▲注**が締結されている場合には、他の保険契約等の保険金額を考慮して適切な保険金額を設定する必要があります。

特に傷害保険など人を保険の対象とする契約では、契約時に定められた保険金額や保険金日額に従って保険金が支払われるため、同じ被保険者に「他の保険契約等」が既に締結されている場合には、保険金額・保険金日額が過大とならないよう注意することが必要です。

したがって、契約締結の際には、同じ保険の対象または同じ被保険者となる「他の保険契約等」の有無や、それらの保険金額・保険金日額の確認が重要となります。

▲注 他の保険会社の保険契約や共済契約を含みます。



参考 傷害保険契約等の契約内容登録制度

損害保険業界では、保険犯罪の発生を未然に防止するため、傷害保険契約などについて契約内容の登録制度を設けており、損害保険会社は、この制度により、重複保険契約の有無を確認しています。

デジタルテキスト 267

(4) 保険契約者・被保険者等に対する確認

① 保険契約者等の本人確認

傷害保険などでは、契約締結の際、保険金の詐取を目的とするなどの保険制度の不正な利用を防止するため、運転免許証などにより、保険契約者等の本人確認を十分に行う必要があります（金融庁監督指針Ⅱ-4-2-2（17）③）。**▲注**

▲注 「犯罪収益移転防止法」により、保険契約者を特定する事項を確認することが義務付けられている契約もあります（P.223参照）。



デジタルテキスト 268

② 被保険者本人の同意

保険制度の不正な利用を防止するために、傷害保険等においては、保険契約者以外の者を被保険者とする場合には、被保険者の同意を必要とし、その同意がない保険契約を無効としています。

ただし、保険金受取人を被保険者または被保険者の法定相続人とする場合には、モラルリスクのおそれが一般的に少ないと考えられるため、被保険者の同意がなくても保険契約は有効に成立します（給付事由が傷害疾病による死亡のみである傷害疾病定額保険契約は除きます）。**▲注1 ▲注2**

【第三者のためにする保険契約】

保険契約者と被保険者が異なる保険契約を「第三者のためにする保険契約」といいます。このような保険契約においては、保険契約者は被保険利益を有していないことから、例えば、倉庫会社が荷主のために寄託貨物に火災保険を契約する場合など、合理的な理由がある場合を除き、保険契約者と被保険者との関係について十分に確認することが必要です。**▲注3**

▲注1 次の保険契約は、保険会社において保険金額の上限（他の保険契約等と合算して1,000万円など）を設けています。

- ・保険契約者と被保険者が異なる保険契約で被保険者の同意がない場合
- ・未成年（満15歳未満）の者を被保険者とする場合

▲注2 保険会社によっては、法定相続人以外の者を死亡保険金受取人とする保険契約については、原則として引き受けない、または制限する場合があります。

▲注3 第三者のためにする保険契約に対し、自己のためにする保険契約とは、例えば、建物の所有者がその所有建物に対して火災保険契約を締結する場合などのように、保険契約者（この場合の建物所有者）が同時に被保険者となる契約のことをいいます。

(5) 保険事故歴の確認

自動車保険や傷害保険では、保険事故歴によっては、保険料が割増になったり、保険契約者の希望どおりに保険契約を引き受けることができなかつたりする場合があります。

特に自動車保険については、前契約における保険事故件数やその内容が告知事項になっているため、契約締結の際には、これらを保険契約者に必ず確認する必要があります。



参考 ▶ 自動車保険の無事故・事故確認制度

損害保険業界では、自動車保険を契約する保険会社等（JA共済連、全労済〈こくみん共済coop〉などを含みます）を変更した場合における適切なノンフリート等級の継承の確認のために、前年度の契約における保険事故の有無等について、保険会社間で確認する制度を設けています。

(1) 募集文書使用上の注意点

適正な保険募集にあたり、前記1節～3節に加えて、更に次の点について注意しなければなりません。

保険商品の説明の際には、保険募集人（代理店）は、顧客に意向に沿った商品を選択・購入してもらえよう、重要事項説明書やパンフレットなどの募集文書等を使用し、わかりやすく説明することが大切です。

① 募集文書とは

② 募集文書の作成と保険会社の承認

デジタルテキスト 271

① 募集文書とは

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

(a) 重要事項説明書（契約概要・注意喚起情報）

重要事項説明書には、顧客が保険商品の内容を理解するために必要な情報（契約概要）、顧客に対して注意喚起すべき情報（注意喚起情報）などが記載されています。

(b) 意向確認書面

意向確認書面とは、契約の申込みを行おうとする保険商品が顧客の意向に合致しているかどうかを、顧客が契約締結前に最終的に確認するための書面のことです。 **▲注**

(c) 保険契約申込書

保険契約申込書は、保険契約者が申し込む保険契約の内容を記載し、同意の記録をしたうえで保険会社に提出する書類のことです。

(d) パンフレット・リーフレット

(e) 契約のしおり

(f) ダイレクトメール

(g) 保険商品の販売に関わるホームページ上の募集文書 等

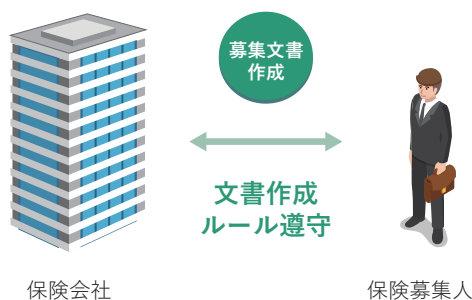
▲注 保険契約申込書と一体となっている場合もあります。



デジタルテキスト 272

② 募集文書の作成と保険会社の承認

保険募集人（代理店）独自に募集文書を作成する場合は、各保険会社が定める文書作成ルールを遵守するとともに、保険会社の審査を要する文書については、使用する前に必ず保険会社の承認を受けなければなりません。



デジタルテキスト 273

(2) 保険契約申込書作成上の注意点

保険契約申込書は、保険契約成立の大切な証拠書類であるとともに、この申込書の内容に基づいて保険会社が保険証券を発行するための大変重要な書類です。そのため、保険契約者に、記載内容に誤りがないことを十分に確認してもらったうえで、申込みの意思表示の証として、同意の記録を取り付けます。

なお、保険契約申込書の重要項目を訂正する場合にも、同様の趣旨から、保険契約者の同意の記録または訂正印が必要となります。

【代筆・代印の禁止】

同意の取付けに関するルールに反して、代筆または他人名義印による押印をしてはなりません。

また、保険募集に使用するために他人名義の印鑑を保有することもしてはなりません。 **注1** **注2**

注1 押印は、保険契約者本人が押印したものであれば、インク充填式印鑑（スタンプ印）の使用も可能ですが、保険会社や保険の内容・書類の内容等により取扱いが異なる場合があります。

注2 詳細な取扱いについては、各保険会社の規定等に従います。

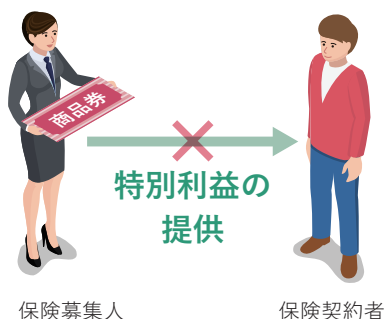


デジタルテキスト 274

(3) 物品・サービスの提供時の注意点

保険契約者または被保険者に対して、保険料の割引や割戻しなどの特別の利益の提供を約し、または提供する行為は禁止されています（P.149参照）。特に金銭の提供は絶対に行ってはなりません。

また、保険勧誘や契約締結の際に顧客に提供する物品やサービスについても、経済的価値等その内容次第では実質的な保険料の割引や割戻しとみなされる場合がありますので、十分に注意する必要があります。



参考 金融庁監督指針（Ⅱ-4-2-2（8））抜粋

保険会社又は保険募集人が、保険契約の締結又は保険募集に関し、保険契約者又は被保険者に対して、各種のサービスや物品を提供する場合には、以下のような点に留意して、「特別利益の提供」に該当しないものとなっているか。

- ①当該サービス等の経済的価値及び内容が、社会相当性を超えるものとなっていないか。
- ②当該サービス等が、換金性の程度と用途の範囲等に照らして、実質的に保険料の割引・割戻しに該当するものとなっていないか。
- ③当該サービス等の提供が、保険契約者間の公平性を著しく阻害するものとなっていないか。

(4) 料率適用にあたっての注意点

保険料の割引や割戻しといった金銭等の提供だけでなく、契約規定などの保険会社のルールに反する次のような契約引受けも、特別の利益の提供とみなされるおそれがありますので、常に契約の適正化に努める必要があります。

- a. 団体扱・団体契約において定足数を充足するための員外者の混入
- b. 自動車保険のフリート契約における適用除外車両の混入
- c. 自動車保険のノンフリート等級の不正適用 等

① 団体契約等の適正募集

② 自動車保険のノンフリート等級の適正な適用

③ 火災保険における適正な構造級別の適用

デジタルテキスト 276

① 団体契約等の適正募集

a. 団体契約

団体契約 **▲注1** においては、次のことがないように、十分に注意する必要があります。

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

b. 団体扱・集団扱契約

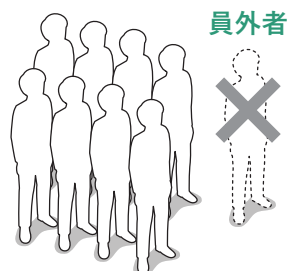
団体扱契約 **▲注2** および集団扱契約 **▲注3** においては、次のことがないように、十分に注意する必要があります。

- (a) 「加入者要件」を満たさない顧客との間で団体扱・集団扱契約を募集・締結する。
- (b) 「定足数未充足（所定の契約者数を満たしていない場合）」となったにもかかわらず団体扱・集団扱契約を募集・締結する。

▲注1 団体契約とは、企業や所定の条件を満たす組織等を1つの「団体」として、その「団体」を契約者、同団体の構成員などを被保険者として保険契約を締結する契約方式をいいます。

▲注2 団体扱契約とは、企業等を1つの「団体」として、その団体または団体の共済組合等が保険会社との間で保険料の集金契約を締結したうえで、同団体に勤務している役員・従業員が保険契約者となって保険契約を締結する契約方式のことをいいます。

▲注3 集団扱契約とは、協同組合・医師会・下請業者の会など、所定の条件を満たす組織を1つの「集団」として、その「集団」が保険会社との間で保険料の集金契約を締結したうえで、同「集団」に属する者（会員等）が保険契約者となって保険契約を締結する契約方式のことをいいます。



デジタルテキスト 277

② 自動車保険のノンフリート等級の適正な適用

自動車保険においては、総付保台数が9台以下の保険契約者をノンフリート契約者といい、自動車1台ごとの保険事故件数等により危険の測定を行って、保険料を決定しています（P.082参照）。したがって、継続契約の手続きを行う際は（保険会社の変更があった場合も含まれます）、前契約期間中の保険事故件数やその内容を正確に把握する必要があります。



③ 火災保険における適正な構造級別の適用

火災保険においては、保険料率は保険の対象の所在地と建物の構造によって区分されています（P.089参照）。したがって、火災保険の引受けにあたっては、特に適用保険料の決定において重要となる建物の構造級別の判定を正確に行う必要があります。



デジタルテキスト 278

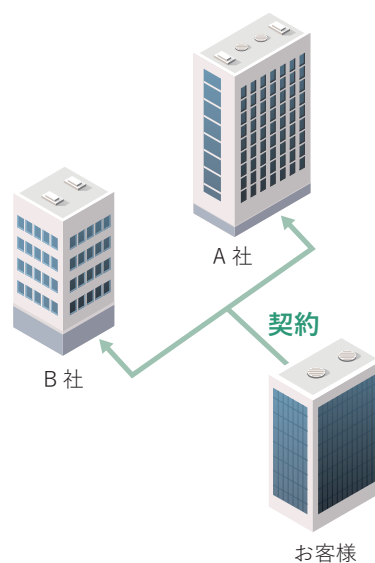
(5) 共同保険の契約にあたっての注意点

① 共同保険契約とは

共同保険契約とは、単独の保険会社では引き受けられない大きなリスクを分散して引き受けるために、1つの損害保険契約について、複数の保険会社が共同して引き受ける保険契約のことをいいます。

各保険会社は当該保険契約について引受割合に応じた権利を有し、義務を負うことになり、連帯することなく、保険会社が各々単独で保険契約上の責任を負うことになります。

共同保険契約を締結した場合、通常、幹事会社が契約締結、保険証券の発行、保険料の領収と分配、損害調査、保険金支払い等を行います。



デジタルテキスト 279

② 共同保険における募集上の留意点

共同保険の引受けにあたっては、次のことについて特に留意する必要があります。

a. 独占禁止法に関する留意点

あらかじめ保険会社間で話し合って共同保険とすることや引受割合を決定し、同一の保険約款や保険料率を保険契約者に提示して引き受けることは、原則として、不当な取引制限（カルテル）に該当し、独占禁止法違反になるため、当該行為を行ってはなりません（P.210参照）。

b. 説明義務に関する留意点

共同保険契約を締結する場合、保険の種類や、引受保険会社の商号もしくは名称等について、保険契約者が誤解しないようにしなければなりません（P.153参照）。

具体的には、「当該契約が共同保険であること」「引受保険会社名と引受割合」「共同保険を引き受けた各社が連帯しないで個別に責任を負うこと」など、各々の会社と保険契約者との間の契約関係が明確になるように、保険契約者に対して説明する必要があります。



デジタルテキスト 280

(6) 代理店に対する不適切な便宜供与の禁止

保険会社が代理店に対して過度の便宜供与を行うことは、保険会社間の過当競争の弊害を招きかねない行為とみなされ、保険契約者等の利益をも毀損するおそれがあることから、保険契約の締結または募集にあたり防止することが求められています。

また、保険会社から便宜供与を受けることで、代理店が顧客に対して当該保険会社の商品を優先的に推奨することにつながりかねないなど、代理店における適切な推奨販売を歪めるおそれがある点にも留意が必要です。

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

デジタルテキスト 281

① 基本的な考え方

保険会社と代理店・保険募集人との間において便宜供与等の金額・数量等に応じて挙績の配分に関して約定する行為（明示的であるかどうかを問いません。以下同じ）や、代理店・保険募集人から保険会社に対する物品の販売をはじめとする各種便宜供与に関して達成基準を課す行為（明示的であるかどうかを問いません。以下同じ）は、過当競争の弊害を招き、または適切な推奨販売を歪めることを通じて保険契約者等の利益をも毀損するおそれがある不適切な便宜供与に該当するため行ってはいけません。

また、これらの行為がない場合でも、便宜供与等の程度が過度であれば不適切な便宜供与に該当します。

行為内容	留意点
「約定する行為」に関する留意点	<p>便宜供与等の実績に応じて、保険代理店が所属保険会社間の保険取引の調整を行うてはいけません。</p> <p>便宜供与等の金額・数量等から挙績の配分が定量的に算出可能な約定のほか、その結果が挙績の配分につながることを相互に認識したうえで、便宜を図ることを持ち掛けたり、または提供する行為や求めたりする行為も「約定」が行われているものとみなされます。</p>
「達成基準を課す行為」に対する留意点	<p>数量・金額等を達成基準として示して便宜を持ち掛け、提供し、または求めてはいけません。また、保険代理店が、保険会社間の実績を比較し協力を求め、またはこれに応じてはいけません。</p> <p>便宜供与等の金額・数量等を割り当てたり目標を設定したりすることは、それを保険会社と代理店・保険募集人のどちらが持ち掛けたかに関わらず、また、実際にそれが達成されたかどうかを問わず、「達成基準を課す行為」に該当します。</p>
上記以外の留意点（過度の便宜供与）	<p>例えば、保険会社が、物品・サービス等の購入先や紹介先として、一般的な社会通念を超えて本業等を有する特定の代理店を選定するといった行為は、過度の便宜供与に該当するため行ってはいけません。</p>

デジタルテキスト 282

② 具体的な行為類型・考え方

保険会社が、代理店に対して便宜供与等に該当する行為を行う場合は、以下のような点に留意し、不適切な対応となっていないかを確認します。

- (a) 公正な選定プロセスを経ず（合理的な理由なく）、購入や発注を特定の代理店に集中させていないか
- (b) 保険会社の役職員または取引先などに購入や発注等に関して強制力が及んでいないか
- (c) 本来、代理店がなすべき事業活動（役務）を無償で肩代わりしていないか

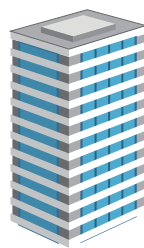
※代理店も、保険会社に対してこれらを求めることのないよう十分に留意する必要があります。

デジタルテキスト 283

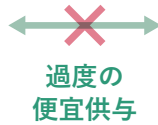
a. 代理店への便宜供与等において注意が必要なケース

以下のような行為については、価格・経済価値、費用分担、数量・規模、頻度・期間によっては、社会通念に照らして妥当性がなく、不適切な行為とみなされるおそれがありますので、十分に留意する必要があります。

行為類型
具体例 ※不適切な行為とならないか注意する必要があります。例示であり、下記に限定されません。
損害保険会社が保険代理店から物品等を購入・賃借 <ul style="list-style-type: none"> ・代理店（自動車関連業を兼業）から社用車の購入、レンタカー、車検受検、給油 ・代理店から自社の支店・営業所のためのオフィスを賃借
損害保険会社が保険代理店から役務を受領 <ul style="list-style-type: none"> ・代理店（建設業を兼業）へ自社ビルの建替え工事を発注 ・代理店（広告業を兼業）と広告契約を締結
損害保険会社が保険代理店へ物品等を販売・貸与 <ul style="list-style-type: none"> ・保険会社が保有するオフィスを代理店へ貸与 ・保険会社の会議室を代理店の会議開催のために貸与
損害保険会社が保険代理店へ顧客等を紹介 <ul style="list-style-type: none"> ・代理店から要請を受け、自社の社員に対して、物品の購入を斡旋 ・契約者が事故を起こした際、代理店（自動車修理業を兼業）を紹介
損害保険会社が保険代理店へ役務を提供 <ul style="list-style-type: none"> ・代理店主催イベントへの協力（保険勧誘ブースでの対応支援、イベントのピラ配り） ・保険会社社員による代理店への店舗新規開店時の代理店業務全般に関する一時的な支援
損害保険会社が保険代理店へ金銭供与・費用負担 <ul style="list-style-type: none"> ・代理店が主催するイベントに対する協賛金の支払い ・代理店による保険募集に関する広告（保険募集をする業界団体の機関紙等への掲載）費用を負担



保険会社



過度の
便宜供与



保険募集人



参考

保険契約の募集上の留意点（金融庁監督指針Ⅱ-4-2-2）抜粋

(17) その他

～中略～

③その他

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

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

第2章 保険料・保険契約の管理

デジタルテキスト 285

3-2-1 保険料の領収・管理

第1節の
学習時間
およそ
9分

(1) 保険料即収の原則

保険募集人（代理店）は、普通保険約款や特約で定める場合を除き、原則として契約締結と同時に保険契約者から保険料の全額を受け取る必要があります。これを「保険料即収の原則」（P.069参照）といいます。

なお、普通保険約款や特約で定める場合を除き、保険責任は保険料領収後に開始するため、保険期間開始日以降であっても保険料を領収する前に生じた保険事故は、原則として保険金が支払われません。

① 保険料の領収

② 保険料領収証の発行・交付

デジタルテキスト 286

① 保険料の領収

保険契約の締結と同時に **注1** **注2**、保険料の全額を現金、小切手 **注3** または振込みにより領収します **注4**。

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



注1 分割払保険料については払込期日までをいいます。

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

注3 手形、先日付小切手による領収は認められません。

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

デジタルテキスト 287

② 保険料領収証の発行・交付

保険募集人（代理店）は、保険料を現金または小切手で領収する場合、領収と引換えに保険契約者に「保険料領収証」を発行・交付します。この領収証は、単に保険料を領収したことを証明するだけでなく、保険責任の発生を証明する重要な証拠書類であるため、次の点に注意する必要があります。 **▲注**

【保険料領収証発行・交付にあたっての注意点】

- ・保険料の全部または一部の支払いを受けずに、領収証を渡してはなりません。
- ・領収証は、保険会社所定のものを使用し、たとえ一時的であっても、名刺や市販の領収証などで代用してはなりません。

なお、領収証を書き損じたり、汚損したりした場合は、破棄せずに必ず保険会社に返却しなければなりません。万が一、領収証（綴り）が盗難にあたり、紛失したりした場合は、悪用されるおそれがありますので、速やかに保険会社に連絡しなければなりません。

▲注 振込みの場合は、着金していることを確認後、着金日を領収日として保険料領収証を発行・交付します。

保険料
領収証

デジタルテキスト 288

(2) 保険料の管理

① 保険料の区分管理

保険募集人（代理店）は、保険契約者から領収した保険料を自己の財産と明確に区分して適切に管理しなければなりません。



デジタルテキスト 289

② 保険料の収支を明らかにする書類等の備付・記帳

保険募集人（代理店）は、保険会社の定めるところにより、保険料の収支を明らかにする書類等（収支明細表など）を備え付ける必要があります。

この書類等には、保険料の領収や返還、保険会社への保険料精算（後記③参照）など保険料に係るすべての収支を記録し、保険会社に精算を行うべき保険料の残高や、その保管状況等を適正に管理しなければなりません。 **▲注**

収支明細表



▲注 保険に関係のない自己の金銭収支はもちろんのこと、保険募集に要した費用や交通費なども記帳してはなりません。

デジタルテキスト 290

③ 保険料の送金・精算

保険募集人（代理店）は、受領した保険料を遅滞なく保険会社に送金するか、または専用の預貯金口座に保管する必要があります。

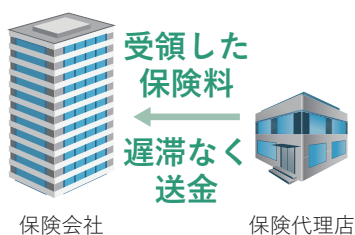
なお、預貯金口座に保険料を保管する場合には、遅くとも保険会社における保険契約計上月の翌月末までに、所定の代理店手数料を差し引いた残額を保険会社に送金する必要があります。これを「保険料の精算」といいます。

▲注1

近年は、保険契約者の利便性を踏まえ、口座振替、クレジットカード払、コンビニ払など、払込方法の多様化やキャッシュレス化が進み、契約締結と同時に保険料を領収するケースは少なくなっており、保険募集人（代理店）自身で保険料を管理する機会が減少しています。 **▲注2**

▲注1 保険料の精算方法などは、保険会社により異なります。

▲注2 保険料払込方法をコンビニ払とした場合は、払込受領証（控）が保険料領収証の代わりとなります。



デジタルテキスト 291

(3) 保険料の流用・費消の禁止

① 保険料の流用・費消の禁止

保険契約者から領収した保険料を他に流用・費消することは、たとえそれが代理店業務に関する支出であっても、その金額・期間にかかわらず、いっさい認められません。

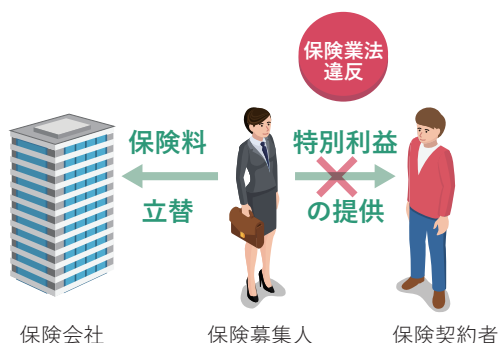


デジタルテキスト 292

② 保険料立替の禁止

保険募集人（代理店）が保険契約者に代わって保険料を支払う行為（保険料立替）は、特別の利益の提供（P.149参照）に該当し、保険業法違反となりますので、絶対に行ってはなりません。

次のようなケースは、立替の期間・金額にかかわらずいっさい認められません。



デジタルテキスト 293

具体例

- ・ 保険契約者に対して保険料の立替を条件に保険を募集した。
- ・ 重要な取引先である保険契約者に対して、保険料の立替を行い便宜を図ることを示して、保険契約の継続を誘引した。
- ・ 保険契約者から手形または先日付小切手で保険料を領収した。

なお、保険料の流用・費消などがあった場合は、次のように法令上の罰則等が科されます。

● 法令上の罰則等

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

▲注 保険業法の定めのほか、業務上横領罪（刑法第253条）に問われることもあります。

デジタルテキスト 294

③ 保険料の適切な管理

代理店の内部管理は、代理店主の責任であり、保険募集人による保険料の流用・費消などの責任は代理店全体に及ぶことになります。このようなことを起こさないためにも、代理店主は、保険会社と連携して、次のような管理を徹底することが大切です。

【保険料を適切に管理するためのポイント】

- a. 保険募集人が現金を取り扱う頻度を減らすために、保険料の領収は、現金での領収を極力行わず、口座振替、クレジットカード払、コンビニ払等のキャッシュレス化を推進する。**▲注**
- b. 保険料領収証や自賠責保険証明書の管理は、担当者任せとせず、責任者を明確にしたうえで保険会社との收受を行い、使用中の領収証等に不審な点がないか等を定期的に点検する。
- c. 保険料保管口座や収支明細表のチェックは、個人に任せきりにせず、ダブルチェックの体制を構築する。
- d. 保険募集人の生活実態や業務実態にも注意を要する変調が生じていないか（例：生活が派手になった、更新手続きが満期ギリギリになった）を確認する。

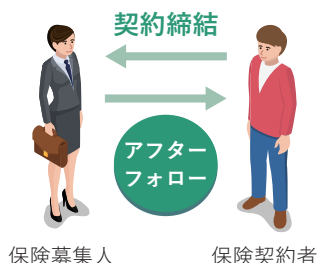
▲注 そのうえで保険募集人が保険契約者等から、合理的な理由なく現金を領収していないかを確認する。

3 2 -2 保険契約の管理

第2節の
学習時間およそ
15分

保険商品は形のない商品であるため、「売ったら終わり」ではなく、むしろ「売ってから」のメンテナンスやアフターフォローが大切です。このため契約締結後における契約管理も、保険募集人（代理店）としての重要な業務となります。

保険契約者から契約内容変更（異動）・解約に関する明確な申し出がない場合でも、保険契約者と定期的なコンタクトをとり、保険契約者からの情報をもとに的確なアドバイスを行うよう努めることが重要です。



デジタルテキスト 296

(1) 保険契約の締結（保険会社への報告）

保険募集人（代理店）は、保険契約を締結した場合、保険会社の定めに従って速やかに保険会社に契約締結の報告をしなければなりません。これは、保険金の支払義務を負うことになる保険会社が契約内容をあらかじめ把握しておく必要があるからです。

万が一、この契約報告がなされていない間に保険事故が発生すると、契約内容等の確認に時間を要し、保険金が速やかに支払われないなど、保険契約者等に多大な迷惑をかけることになります。このため速やかに、かつ、漏れなく報告する必要があります。

なお、近年では、契約の報告・計上は、保険募集人（代理店）が保険契約申込書などの情報を保険会社の提供するシステムの所定の画面に入力してホストコンピュータへ直接送信するダイレクト計上 **注** が主流となっています。

注 保険会社により名称が異なります（P.252参照）。

デジタルテキスト 297

(2) 保険契約の契約内容変更（異動）・解約

① 保険契約者等の通知義務等

a. 通知の重要性

保険契約は、契約締結時における保険料算出の基礎となった事項や状態が、保険期間の中途において変わることも想定しなければなりません。

そこで、保険会社は、保険約款において、保険契約者等に対し、告知義務に加え、保険料算出の基礎となった事項や状態である契約内容や契約条件などについて変更が生じた場合に通知しなければならない「通知義務」（P.067参照）を課しています。

したがって、保険募集人（代理店）は、通知を要する事項について、あらかじめ保険契約者等に十分に説明しておく必要があります。

b. 遅滞なく通知が必要な事項

保険期間中に被保険自動車の使用目的の変更（自動車保険の場合）や家財等の移転（火災保険の場合）など、保険会社が定めた通知事項に変更が生じた場合、保険契約者または被保険者は、保険会社に遅滞なく通知を行う必要があります。

通知事項に生じた変更が危険増加に該当しても、追加保険料の支払いで対応可能な範囲内であれば、所定の手続きを行うことで保険契約を継続することができます **▲注**。

なお、通知事項について、保険契約者または被保険者から遅滞なく通知がない場合には、保険契約が解除されたり、保険金が支払われなかったりすることがあります。

▲注 変更の内容によっては、保険契約を解約し新たに契約してもらう場合等があります。このようなケースが想定される保険商品については、重要事項説明書の注意喚起情報等にその旨が記載されています。



c. あらかじめ通知が必要な事項

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

d. 保険約款および重要事項説明書における記載

保険会社が定めた通知事項は、保険会社や保険種目などによって異なります。これらの事項は、保険約款や重要事項説明書の注意喚起情報等に記載されています。

【通知を必要とする事項】（例）

自動車保険	被保険自動車の用途車種または登録番号を変更したこと等
火災保険	保険の対象である建物または保険の対象である家財等を収容する建物の構造や用途を変更したこと等
傷害保険	被保険者が保険証券記載の職業または職務を変更した場合等

デジタルテキスト 299

② 保険契約者の意向による場合

通知義務によるもののほかに、保険金額の増額や特約の中途付帯など、保険契約者からの請求に基づいて契約内容を変更することもあります。



デジタルテキスト 300

③ 契約内容変更（異動）

前記①②のように、保険期間の中途において保険契約者等からの申し出（請求）に基づき契約内容を変更することを保険契約の「契約内容変更（異動）」といいます。

a. 契約内容変更（異動）手続き

保険募集人（代理店）は、保険契約者等から保険契約の契約内容変更（異動）の申し出（請求）があった場合には、保険会社に速やかに連絡し、その承認を得る必要があります。

実務上は、保険募集人（代理店）が「契約内容変更依頼書（異動承認請求書）」を作成のうえ、保険契約者に記載内容を確認してもらい、原則として、保険契約者の同意の記録を取り付けたうえで、速やかに保険会社に送付し、その承認を得ることになります **▲注**。

保険契約の契約内容変更（異動）にあたっては、保険契約者に変更内容を十分に確認したうえで、速やかに手続きを行うことが重要です。

b. 保険料の返還・請求

保険契約の契約内容変更（異動）にあたり、保険契約者に対し追加保険料を請求したり、保険料を返還したりする場合があります。追加保険料が支払われないと保険金が受け取れなかったり削減されたりすることがありますので、特に注意が必要です。

▲注 変更の内容によっては、保険契約者が直接、保険会社に契約内容変更依頼書（異動承認請求書）を送付する場合や、電話やWEBサイト等からの手続きのみで変更が完了する場合があります。

契約内容
変更依頼書

デジタルテキスト 301

④ 保険契約の解約

保険期間中、保険契約者の意思により保険契約を取りやめることを保険契約の「解約」といいます。

a. 保険契約者等の理解

保険契約者は、いつでも自由に保険契約を解約することができますが、保険募集人（代理店）は、保険契約者に対し、解約して同種の保険を申し込む場合は不利益となるケースがあり得ることや、解約日以降の保険事故による損害に対しては保険金が支払われないこと、および保険料払込方法に応じた解約返れい金など、解約にあたっての注意事項を十分に説明することが重要です。そしてこれらの事項について保険契約者等の理解を得たうえで解約の手続きを行う必要があります。

b. 保険契約の解約手続き

実務上は、保険契約者に「契約内容変更依頼書（異動承認請求書）」の記載内容を確認してもらい、保険契約者の同意の記録を取り付けたうえで、速やかに保険会社に送付する必要があります。 **▲注**

▲注 保険契約者が直接、保険会社に契約内容変更依頼書（異動承認請求書）を送付する場合があります。

デジタルテキスト 302

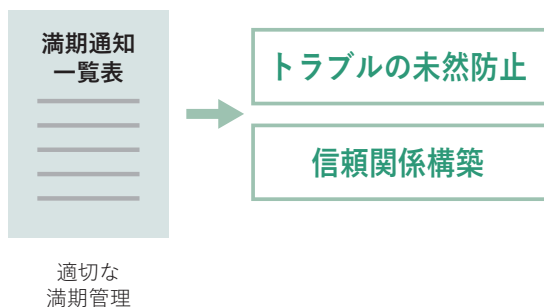
(3) 満期管理

① 満期管理の重要性

保険商品は形のない商品であることから、保険契約の継続漏れ等によるトラブルが発生しやすいという面がありますので、満期管理を適切に行う必要があります。

具体的には、保険契約者ごとに満期日を管理・把握し、保険契約の満期日以前に保険契約者にハガキや電話などにより連絡をとるなど、満期日までに確実に保険契約を継続することができるよう積極的な働きかけを行う必要があります。

また、満期管理を励行することは、保険契約者とのトラブルを未然に防止するだけでなく、保険契約者等との信頼関係を築くために不可欠です。保険契約者と定期的にコンタクトを取り、連絡先の確認や生活の変化の有無を聞くなど、日頃から気軽に話せる関係を築いておくことが重要です。



② 保険契約の継続

保険募集人（代理店）は、保険契約ごとに継続の意思を確認したうえで、保険契約を継続しなければなりません。また、1人の保険契約者が複数の保険契約を締結している場合は、保険契約ごとの満期管理が必要です。

a. 無保険状態の発生防止

適切な満期管理を怠った結果、保険契約の継続手続きが行われないまま、保険に加入していないときに事故が起こった場合には、当然のことながら保険金は支払われません。

このため、保険募集人（代理店）は、保険契約者に無保険状態が発生しないように適切に満期管理を行う必要があります。特に自動車保険契約においては、次契約におけるノンフリート等級にも影響を及ぼすことがあるため一層の注意が必要です。

b. 無断契約の禁止

満期案内が満期日直前となった場合や、保険契約者側の事情等によって満期日までに保険契約者と連絡がとれない場合などに、「今年も継続していただけるだろう」との思いから、保険契約者の意思確認をしないまま「無断契約」を行ってしまうケースが考えられます。

しかし、このような行為は、「契約した覚えがないのに保険証券が郵送されてきたので調査してほしい」といった苦情につながり、保険契約者からの信頼を一気に失墜させる原因となります。たとえ保険契約者のためにと考えて行ったことでも、無断契約は法令違反 **▲注** に該当するので、絶対に行ってはなりません。

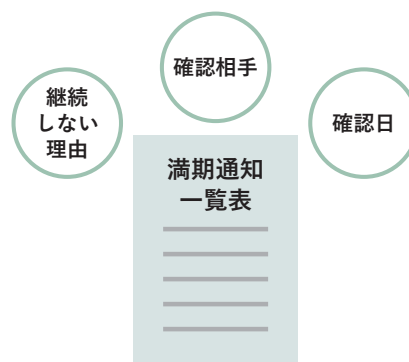
▲注 私文書偽造等の罪（刑法第159条）などに該当します。



デジタルテキスト 304

③ 顧客への確認事項の記録

保険募集人（代理店）は、顧客から契約を継続する旨の申し出がなかった場合は、後日のトラブルを回避する観点から、「継続しない理由」「確認相手（原則は本人）」「確認日」を満期通知一覧表などに記録しておくことが重要です。



デジタルテキスト 305

参考 満期管理に関する業務の標準的な対応例

1. 満期案内

保険会社から満期セット到着後、速やかに満期案内通知を行います。(注1)

満期案内ハガキ等の送付日を満期通知一覧表に記録します。(注2)

転居先不明等により案内ができない場合

転居先不明等で返送されたハガキ等を満期通知一覧表とともに満期日以降定められた一定期間保管します。

2. 保険契約者に対する継続意思確認

満期案内ハガキ等送付の数日後、保険契約者に対して継続意思の確認の電話を行います。(注3)

継続意思を確認した場合

継続手続日等を確認します。

継続しない意思を確認した場合

理由を確認し、確認日とともに満期通知一覧表に記録します。(注4)

※理由等の確認は原則として保険契約者本人に対して行います。

継続意思が不明の場合

満期日までの間、電話確認等を継続します。事情により本人に意思確認ができない場合は、ご家族の方に意思確認を依頼します。

満期案内の送付から満期日までの間の行動について、「いつ」「誰と」「どのような連絡を行ったか」について、満期通知一覧表に記録します。

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

(注2) 満期通知一覧表に代替する顧客管理資料を利用する方法等もあります。

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

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

(損保協会「募集コンプライアンスガイド(2024年2月版)」を基に作成)

第3章 事故・苦情への対応

デジタルテキスト 306

3-1 事故への対応

第1節の
学習時間  およそ
9分

(1) 基本的な姿勢

① 保険募集人（代理店）の役割

保険商品は、保険事故が生じた場合における保険金の支払いを通して、初めて商品としての機能が発揮されます。したがって、保険事故発生時における保険募集人（代理店）の対応は非常に重要です。

適切な事故対応を行うためには、事故対応に関する業務ルールを策定し、あらかじめ保険契約者等に周知しておく事項を定めたり、事故通知に対する受付の仕方や保険金が支払われるまでのフォローアップ対応の内容を明確に定めたりすることが考えられます。



デジタルテキスト 307

② 事故通知の重要性（保険契約者等への説明）

保険会社は、保険契約者等から「事故通知」を受けて初めて事故の原因調査等の損害調査を行うことができます。したがって、保険会社の損害調査業務を円滑に進めるために、保険募集人（代理店）は、ふだんから保険契約者等に対し、万が一、事故が生じた場合には直ちに保険募集人（代理店）または保険会社に通知するよう徹底しておくことが重要です。

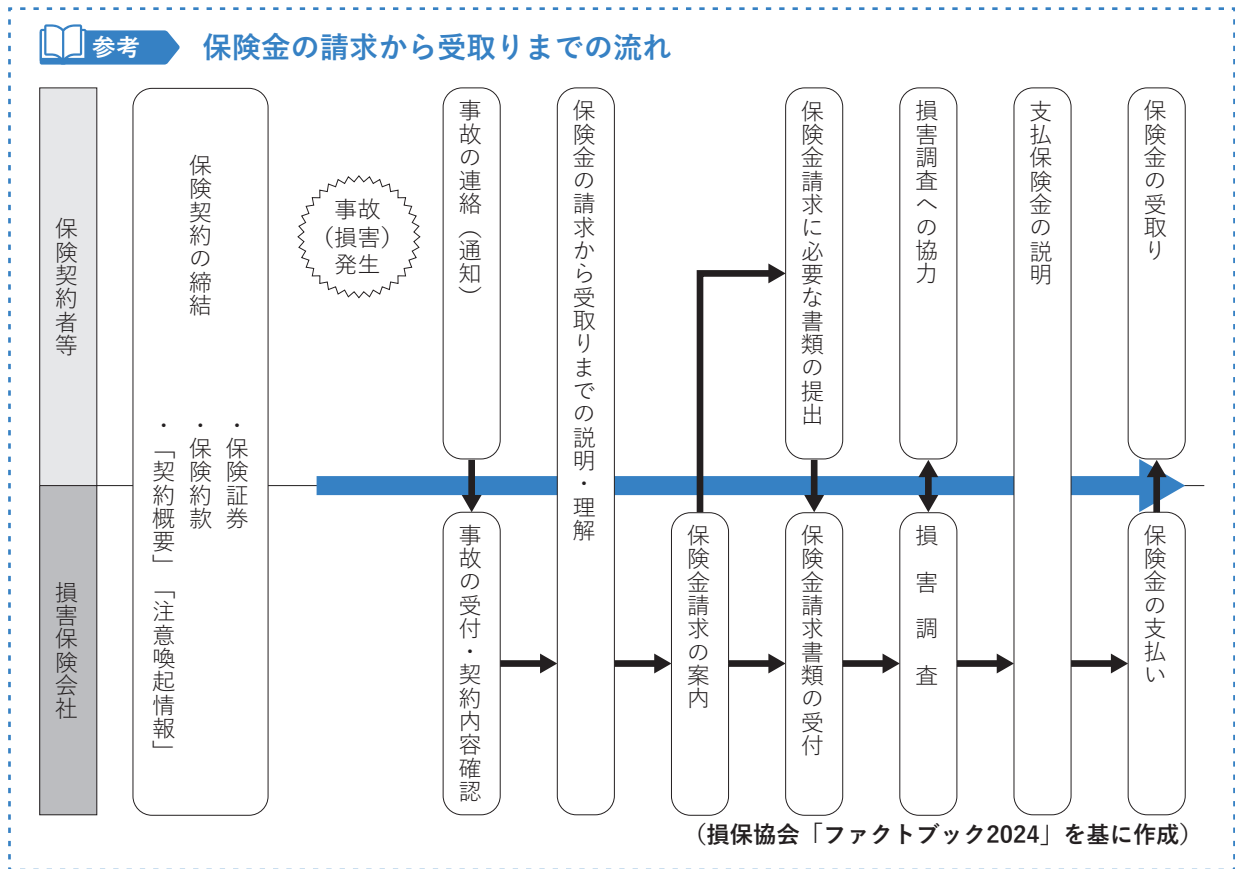
また、事故通知は保険会社だけでなく、保険契約者等にとっても重要なものです。事故が発生したことを知ってから一定期限内に事故通知をしないと保険金が支払われないことがありますので、保険募集人（代理店）は、契約締結時に保険契約者等に対して事故通知の重要性について十分に説明しておく必要があります。



デジタルテキスト 308

(2) 基本的な流れ

事故が発生してから、保険契約者等が保険金を受け取るまでの一般的な流れは次のとおりです。



① 事故受付

保険契約者等から保険募集人（代理店）に事故発生の通知があった場合には、保険種類に応じて、次の内容を正確に確認しなければなりません。通常、保険契約者等は事故の対応に不慣れであるため、相手の身になって対応することが重要です。

- (a) 契約内容（保険契約者名・証券番号）
- (b) 事故発生の日時・場所
- (c) 事故発生の原因・状況（損害の程度）
- (d) 他の保険契約等の有無等



参考 警察や消防への届出

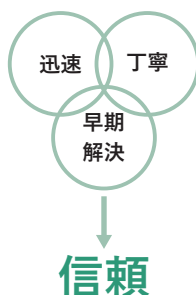
交通事故や盗難、火災などの事故が発生した場合には、保険会社へ連絡する前に、ケガ人の救護などを優先して行い、警察や消防などの公的機関に事故の届出を行うことが重要です。また、保険金請求の際に事故の証明書が必要となる場合があるため、特に交通事故における人身事故の際には、必ず「人身事故」として最寄りの警察署に届出を行う必要があります。

デジタルテキスト 310

② 保険契約者等からの信頼獲得

事故受付の際、保険募集人（代理店）は、保険契約者等に対し、保険金請求手続きの具体的な方法や保険金支払いまでの流れ、事故発生時の一般的な対応方法を説明し、保険金請求書類を保険会社から取り付けるようにアドバイスをする必要があります。

保険事故が発生した場合には、保険契約者等の最大のニーズは「早期解決」といえます。事故発生時の初期対応から保険金支払いまでの援助を「迅速」かつ「丁寧」に行うことにより、保険契約者等の不安の解消に努めることが重要です。保険事故発生時の対応が保険契約者等からの信頼を獲得することにつながります。



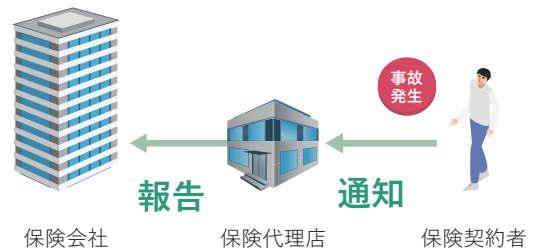
デジタルテキスト 311

(3) 保険募集人（代理店）の注意点

① 保険会社との連携

保険募集人（代理店）は、保険契約者等から事故発生の通知を受け付けた場合には、直ちにその内容を保険会社に報告しなければなりません。

保険会社は、事故発生の通知を受け付けると、損害保険登録鑑定人やアジャスターとも連携し、損害状況の調査を行います。



参考 火災・新種保険の損害保険登録鑑定人

損害保険登録鑑定人とは、損害保険会社からの委嘱を受け、建物・動産の保険価額の評価、損害額の算定、事故の原因・状況などを調査する専門家のことをいい、損保協会に登録されています。

参考 自動車保険のアジャスター

アジャスターとは、自動車の物損事故による損害額や事故の原因・状態などを調査する専門家のことをいい、損害保険会社に所属する者と、損害保険会社から委嘱を受ける者がいますが、いずれも損保協会に登録されています。

② 保険金請求手続きのサポート

保険募集人（代理店）は、迅速な保険金支払いをサポートするために、保険契約者等から事故発生の通知を受け付けた場合や保険金請求書類を預かった場合には、その都度、速やかに保険会社へ報告・提出する必要があります。

また、保険契約者等に対し、保険金が支払われるまでには、損害調査等の手続きのために一定の期間を要することをきちんと説明し、理解を得る必要があります。 **▲注**

【事故対応における注意点】

保険金支払いは保険会社の固有業務であり、保険募集人（代理店）は、支払責任の有無や保険金の支払額について判断してはなりません。また、実際の保険金請求手続きへの協力に際しては、個々のケースに応じて保険会社の指示に従う必要があります。

▲注 保険会社は、保険約款に定めた保険金支払いの確認のために必要となる期間を超えて保険金を支払わない場合には、遅延利息を負担することになります。



保険金支払いは
保険会社の固有業務

③ 個人情報の取扱いに関する説明

保険募集人（代理店）が取り扱う個人情報は、保険契約者、被保険者、被害者、その他の関係者の情報など多岐にわたり、機微（センシティブ）情報を取り扱うこともあるため、これらの個人情報について法令等を遵守し、適切に管理する必要があります（P.201参照）。

このため保険募集人（代理店）は、保険契約者等に対し、保険会社が保険金支払いを適切・迅速に行うために必要な範囲において、関係者に対してこれらの情報を伝えることを説明し、保険契約者等の同意を得たうえで取り扱わなければなりません。



参考 代理請求人制度の案内

被保険者自身に保険金を請求できない事情がある場合で、被保険者の代理人（成年後見人など）がいないときは、一定の範囲の者（注）が被保険者の代理人として保険金を請求することができる「代理請求人制度」があります。

保険募集人（代理店）は、代理請求人制度が設けられている契約については、あらかじめ説明しておくことが重要です。

（注）被保険者の代理人として保険金を請求できる主な範囲は次のとおりです。

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



(1) 基本的な姿勢

① 保険商品の特性と苦情

保険商品は形のない商品であるため、契約締結時において契約内容の確認が十分でないと、事故が発生して初めて、保険契約者等が必要としていた補償内容が保険金支払いの対象になっていないことが判明するなど、トラブルが発生するケースがあります。

また、保険契約者等が保険募集人（代理店）に契約内容の変更を申し出たにもかかわらず、保険会社から変更手続き完了の通知がない場合は、保険契約者等は不安を感じるとともに、保険募集人（代理店）に対して不信感を持つことも想定されます。

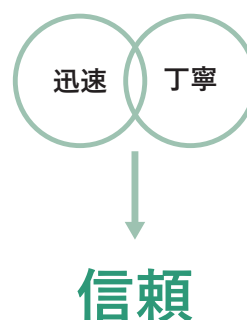
この結果、保険契約者等が保険募集人（代理店）に苦情を申し立てることもあれば、契約更改時に、他の保険会社や保険募集人（代理店）に切り替えてしまうことも考えられます。

デジタルテキスト 315

② 保険募集人（代理店）の役割

苦情とは、保険契約者等からの不満足の意味表明のことをいいますが、寄せられた苦情に対して、迅速かつ丁寧に対応すれば、保険契約者等との信頼関係を深める機会となることもあります。

保険募集人（代理店）は、日頃から保険契約者等に対して十分な情報提供を心掛けるとともに、契約内容の照会や変更、および保険金の支払いなどに関して相談や苦情を受け付けた場合は、保険会社と連携して、保険契約者等の視点に立って迅速かつ的確に対応し、保険募集人（代理店）としての役割を果たす必要があります。



デジタルテキスト 316

(2) 基本的な流れ

苦情は、保険商品の内容やサービス、保険会社や保険募集人（代理店）の対応に対して顧客が抱いていた期待が裏切られたことによって生じる不満です。

苦情対応の基本は、相手の立場に立って、保険契約者等が何を期待し何を求めているのかを十分に聴き出すこと、顧客の申し出を最後までじっくりと聴き（傾聴）、その内容をしっかりと把握したうえで、不満の原因をつきとめることです。

そして、その原因を踏まえ、再発防止策を講じて、保険募集人（代理店）自らの業務品質の向上に努めていくことが何よりも重要です。

① 保険契約内容の確認と公正な対応

② 保険契約者等の理解度に応じた対応

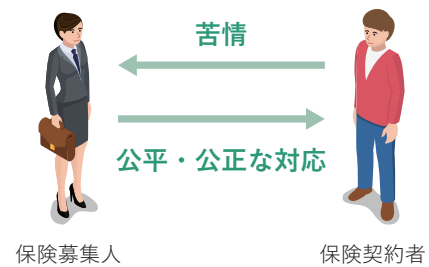
③ 保険会社との連携

デジタルテキスト 317

① 保険契約内容の確認と公正な対応

保険募集人（代理店）が保険契約者等から苦情等を受け付けた場合には、証券番号などにより該当する保険契約を特定し、契約内容を正確に把握したうえで対応することが必要です。

また、その申し出の内容を正確に把握し、真摯（しんし）に受け止めるとともに、例えば、申出人だけを特別扱いするといったことのないよう、保険契約者間の公平性を保ち、公正な対応を心掛ける必要があります。



デジタルテキスト 318

② 保険契約者等の理解度に応じた対応

保険契約者等からの苦情等を聞く場合には、相手の保険に関する知識や理解度を踏まえながら対応することが必要です。「保険料」と「保険金」や、「保険金額」と「保険価額」などの用語は混同しやすいので、十分に注意して対応する必要があります。

また、保険募集人（代理店）が説明する際にも、これらの用語の違いをわかりやすく説明するなど、その相手に応じた対応が求められます。

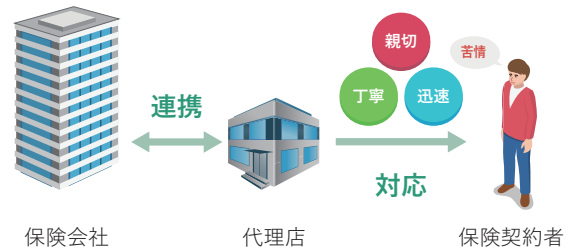


デジタルテキスト 319

③ 保険会社との連携

保険契約者等から苦情を受け付けた場合は、保険募集人（代理店）だけで対応せずに、保険会社と連携して親切・丁寧・迅速に対応する必要があります。

保険契約者等からの保険募集人（代理店）に寄せられた声が、将来的に保険商品の内容の充実やサービスの向上につながるケースもありますので、保険会社の規定等に従って連携する必要があります。



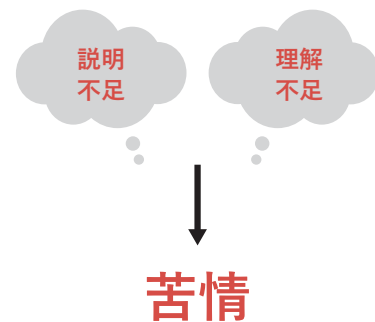
デジタルテキスト 320

(3) 事故発生時における苦情と解決手続

① 事故発生時における苦情

損害保険では、交通事故や火事による罹災（りさい）など事故発生時における苦情が多いことが特徴として挙げられます。この中には、契約締結時における商品内容の説明・理解不足が原因と思われるものも多く含まれています。

このため、保険募集にあたっては、保険契約者等に対して、丁寧にわかりやすい説明が求められます。



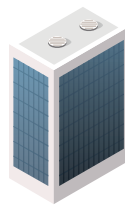
デジタルテキスト 321

② 指定紛争解決機関による苦情・紛争解決手続

損保協会は、指定紛争解決機関である「そんぼADRセンター（損害保険相談・紛争解決サポートセンター）」を設立し、中立・公正な立場から、苦情解決手続および紛争解決手続を実施しています。

また、損保協会は、お客様対応窓口として、次の業務を行っています。

- a. 損害保険に関する一般的な相談・問合せに対応します。
- b. 保険契約者等から、そんぼADRセンターと手続実施基本契約を締結した損害保険会社に対する苦情の申し出があったときは、その相談に応じ、必要な助言をし、苦情に係る事情を調査するとともに保険会社に対して苦情の内容を通知して迅速な対応を求めます（苦情解決手続）。
- c. 保険契約者等または保険会社から、紛争の解決を図るため、紛争解決手続の申立てを受けたときは、紛争解決手続を実施する専門の委員（手続実施委員）を選任し、中立・公正な立場からトラブルの解決支援（和解案の提示等）を行っています。



そんぼADRセンター

第4章 保険募集人の心構え

デジタルテキスト 323

3 4 -1 | CS（顧客満足）とコンサルティング

第1節の
学習時間 約 10分

(1) CS（顧客満足）と保険マーケティング

① 顧客満足

顧客満足（CS：Customer Satisfaction）とは、顧客のニーズを充足することによって得られる顧客の満足をいいます。保険商品の販売にあたっては、顧客が認識していないものも含め、多様化する顧客のニーズを正しく把握し、それらに的確に応えられる保険商品を提供することにより、顧客満足を得ることができるといえます。

保険募集人（代理店）は、保険商品の販売およびその後の顧客管理を通して、顧客の良き相談相手になれるよう心掛ける必要があります。



デジタルテキスト 324

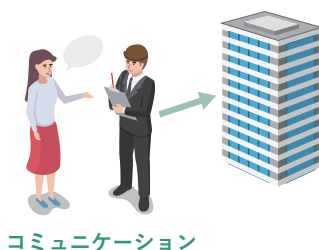
② 保険マーケティング

マーケティングとは、企業などの組織が行うあらゆる活動のうち、「顧客が真に求める商品やサービスを作り、その情報を届け、顧客がその価値を効果的に得られるようにする」ための概念といわれています。

保険市場には「形のない商品であること」「一般的に顧客に強いニーズがないこと」などの固有の特性があることを踏まえ、保険商品の販売にあたっては、顧客としっかりコミュニケーションをとることが大変重要です。

具体的には、顧客を取り巻くリスクを丁寧に確認し、顧客が解決しなければならない問題を確認すること、顧客がリスクを十分に認識していない場合には、解決しなければならない問題があることを気付いてもらい、その解決策のひとつとして、保険商品の効用や効果を説明し、理解してもらう必要があります。

顧客が保険という商品を購入するのは、安心感を得るためということもできます。保険商品の販売においては、保険募集人（代理店）が顧客に安心感を与えることが、顧客満足を得るために重要です。



デジタルテキスト 325

(2) コンサルティング

保険商品の販売にあたっては、次のようなリスクマネジメント（P.015参照）やファイナンシャル・プランニングの手法を用いることで、多様化する顧客のニーズに対して、より効果的なコンサルティングが可能になります。

① 保険設計の重要性 （リスクコンサルティング）

② 顧客へのアフターフォローの重要性

デジタルテキスト 326

① 保険設計の重要性（リスクコンサルティング）

保険募集人（代理店）は、リスクマネジメントの手法を用いて、家庭生活や企業活動を取り巻くリスクを確認したうえで、顧客の意向を把握し、その意向に基づくコンサルティングなどを通じて、顧客が適切な保険商品の選択・購入ができるよう助言する必要があります。

また、顧客としては十分な保険に加入しているつもりであっても、保険募集人（代理店）からの情報提供によって新たなリスクの存在に気が付いたり、同じ補償内容を重複して契約していることに気が付いたりすることもあります。

保険募集人（代理店）は、リスクマネジメントのプロセスを通じて、顧客を取り巻くリスクの洗い出しを行い、これらのリスクに備えるために、保険設計をはじめとするリスク・ファイナンシングや、損害の防止・軽減などのリスク・コントロールについて、積極的に提案・アドバイスすることが必要です。



デジタルテキスト 327

② 顧客へのアフターフォローの重要性

保険募集人（代理店）にとって、顧客に対して、保険期間中の契約管理や実際に保険事故が発生したときの保険金請求に関するアドバイスなどのアフターフォローをすることも、保険商品の販売と同様に重要です。

また、顧客との関係を長期的に構築していくためには、ファイナンシャル・プランニングの手法を用いて、生活環境の変化等から考えられるリスクを想定し、就職、自動車購入、結婚、住宅購入、子育て、退職などのライフステージに応じた保険商品やリスク対策を提案・アドバイスしていくことも重要です。

そのためには、保険募集人（代理店）は、保険商品に関する知識だけでなく、リスクマネジメントやファイナンシャル・プランニングの知識をベースに、損害賠償や社会保険、自然災害の公的支援に関する知識、税金・相続に関する知識、生命保険など隣接業界の商品に関する知識なども身につけるよう日頃から心掛けることが大切です。

▲注

▲注 保険募集人がさらなるステップアップを図るため、損害保険大学課程（専門コース・コンサルティングコース）が設けられています（P.130参照）。



参考

ファイナンシャル・プランニング

ファイナンシャル・プランニングとは、個人や企業の資産運用、保険、不動産、相続などに関して、顧客の要望・希望・目標およびライフプランを聞き、そのライフプランに沿って、貯蓄計画、保険・投資対策、税金対策など包括的な資産設計を立案することをいいます。

この計画を立てるには、金融、税制、不動産、住宅ローン、保険、年金制度などの幅広い知識が必要になります。これらの知識を備え、顧客のライフプランと一緒に考え、サポートする役割を担うのがファイナンシャル・プランナー（FP）です。

(3) 金融リテラシー

① 金融リテラシー

一般的に、リテラシーは、「読み書き能力、また、ある分野に関する知識やそれを活用する能力」のことを指し、金融リテラシーとは、「金融に関する知識や情報を正しく理解し活用することができる能力」のことをいいます。

また、金融リテラシーを向上させるため、金融経済教育の重要性が高まっています。金融経済教育とは、「お金や金融の様々な働きを理解し、それを通じて自分の暮らしや社会について深く考え、自分の生き方や価値観を磨きながら、より豊かな生活やよりよい社会づくりに向けて、主体的に行動できる態度を養う教育である」とされています。



参考

最低限身に付けるべき金融リテラシーの4分野・15項目（金融庁）

1. 家計管理（①適切な収支管理〈赤字解消・黒字確保〉の習慣化）
2. 生活設計（②ライフプランの明確化及びライフプランを踏まえた資金の確保の必要性の理解）
3. 金融知識及び金融経済事情の理解と適切な金融商品の利用選択
 - 【金融取引の基本としての素養】
 - ③契約にかかる基本的な姿勢の習慣化
 - ④情報の入手先や契約の相手方である業者が信頼できる者であるかどうかの確認の習慣化
 - ⑤インターネット取引は利便性が高い一方、対面取引の場合とは異なる点があることの理解
 - 【金融分野共通】
 - ⑥金融経済教育の基礎となる重要な事項（金利〈単利、複利〉、インフレ、デフレ、為替、リスク・リターン等）や金融経済情勢に応じた金融商品の利用選択についての理解
 - ⑦取引の実質的なコスト（価格）について把握することの重要性の理解
 - 【保険商品】
 - ⑧自分にとって保険でカバーすべき事象（死亡・疾病・火災等）が何かの理解
 - ⑨カバーすべき事象発現時の経済的保障の必要額の理解
 - 【ローン・クレジット】（⑩～⑪省略）・【資産形成商品】（⑫～⑭省略）
4. 外部の知見の適切な活用（⑮金融商品を利用するにあたり、外部の知見を適切に利用する必要性の理解）

② 保険募集人（代理店）の役割

消費者が自己の責任で金融商品を選択・購入するためには、金融リテラシーを向上させるための消費者教育が重要となります。

消費者との接点となる保険募集人（代理店）は、顧客の意向の把握から保険商品の提案、重要事項の説明、意向の確認という一連のプロセスを通じて、リスクや保険商品に関する消費者教育の一翼を担っているといえます。

消費者基本法の基本理念である「自己の責任で商品を選択・購入できる自主自立の消費者の確立」にあたっては、保険募集人（代理店）も大きな役割を果たすことが求められているといえます。



参考 消費者基本法

2004（平成16）年に施行された消費者基本法では、金融も含めたすべての消費分野で、自己の責任で商品を選択・購入判断できる自主自立の消費者の確立を求めています。

参考 消費者教育推進法

2012（平成24）年に施行された消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）は、消費者基本法で定められた、消費者の権利である消費者教育の機会の提供を目的とするものです。

3 4 -2 事故の防止と防災・防犯

第2節の
学習時間 約 10分

保険商品は、保険事故が生じたときに保険金の支払いを通して、初めて商品としての機能が発揮されます。したがって、保険事故発生時における保険募集人（代理店）の対応は非常に重要です。

しかし、事故・災害が発生するのを未然に防いだり、少しでも損害を軽減したりすることができれば、顧客にとっては、更に安心感が増すでしょう。このような損害の防止・軽減のための取組みをロス・プリベンションといいます。

保険募集人（代理店）として、事故防止や防災・防犯の基本的な考え方や取組み（ロス・プリベンション）についての知識を身につけ、顧客へのアドバイスに活かすよう心掛けることが大切です。

損害の防止 ⊕ 損害の軽減
ロス・プリベンション

デジタルテキスト 331

(1) 事故防止 ～交通事故の対策～

① 幹線道路における交通事故対策

交通事故の死傷事故の多くが幹線道路で発生しています。

全国の国道・都道府県道における交通事故が特定の箇所に集中して発生しているという特徴を踏まえ、警察庁と国土交通省は、死傷事故率が高いか、死傷事故が多発している交差点や単路部を「事故危険箇所」として指定し、都道府県公安委員会と道路管理者が連携した対策を実施しています（国土交通省ホームページ）。



参考 全国交通事故多発交差点マップ

損保協会では、全国地方新聞社と連携し、全国47都道府県で人身事故の多発した交差点についてデータを調査し、「全国交通事故多発交差点マップ」として取りまとめています。

これは、交差点ごとの特徴や事故の状況・要因について、写真・地図・イラストを交えてわかりやすく紹介したものです。交通事故の低減の検討において幅広く活用できるものとなっています。

<URL> <https://www.sonpo.or.jp/about/useful/kousaten>

デジタルテキスト 332

② 自転車の安全利用

自転車は、幼児から高齢者まで幅広い層が多様な用途で利用する国民の身近な交通手段となっています。その反面、自転車の利用者が増加するとともに、自転車による交通事故も多発しています。

このような状況下、各都道府県警察と関係機関・団体等が連携し、自転車利用者に対して、「自転車安全利用五則」等の基本的なルールの周知徹底を行っています。



参考

自転車安全利用五則（2022〈令和4〉年11月1日）

1. 車道が原則、左側を通行 歩道は例外、歩行者を優先
2. 交差点では信号と一時停止を守って、安全確認
3. 夜間はライトを点灯
4. 飲酒運転は禁止
5. ヘルメットを着用

③ 高齢者の交通事故対策

交通事故の死者数は年々減少傾向にある一方、65歳以上の高齢者が占める割合が高くなっています。さらに近年では、事故の被害者だけでなく加害者になるケースも増えています。その背景には、高齢者の人口増加だけでなく、身体の衰えとともに認知判断能力が低下するなど、高齢者特有の事情も影響しています。

高齢化がますます進むなか、高齢者の交通事故対策には、高齢者本人だけでなく周囲にいる方々の理解も重要となってきます。



参考 高齢者の交通事故防止

損保協会では、高齢ドライバーや高齢歩行者の交通事故防止のため、高齢者に多い運転時・歩行時の事故パターンとその予防策、反射材の着用促進などについてまとめた動画やチラシを作成しています。

<URL> <https://www.sonpo.or.jp/report/publish/bousai/senior/index.html>

デジタルテキスト 334

(2) 防災・減災 ～自然災害～

自然災害による被害を防止し、その被害を減らす（防災・減災）ためには、リスクリテラシーを向上させることが重要です。

リスクリテラシーは、「リスクに接する際、その背景にまで考慮してリスクの波及範囲を正しく見極め、対処する力」といわれています。日常生活や企業活動において、リスクリテラシーに基づく日頃からの備えや、有事におけるとっさの判断が大切です。

個々人がリスクリテラシーを磨くことによって、リスクを的確に判断して行動できるようになり、身の安全の確保をはじめとして、より適切な対処方法をとることができるようになります。

① 自然災害への対策

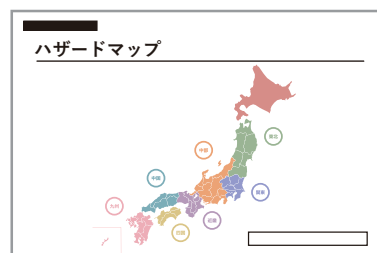
② 火災の対策

デジタルテキスト 335

① 自然災害への対策

全国の地方公共団体等は、地球温暖化等に伴い台風等による大雨や集中豪雨等の頻発が懸念されるなか、地域を脅かす水害や土砂災害から暮らしを守るため、公共インフラの整備等を進めています。地震災害の被害防止・軽減への取組みにおいては、建物の下敷きになる悲惨な被害等を軽減するため、住宅・建築物の耐震化を促進しています。

さらに、ハザードマップの整備によるリスクの周知や、危険な地域の土地利用規制などの対策を併せて進めています。



参考 ハザードマップについて

ハザードマップとは、自然災害による被害の軽減や防災対策に使用する目的で、被災想定区域や避難場所・避難経路などの防災関係施設の位置などを表示した地図のことをいいます。自分たちが暮らしている地域がどのような災害のリスクを有しているのかを住民一人ひとりが認識しておく必要があり、これを助けるのがハザードマップだともいえます。

(注) 損保協会では、ハザードマップを活用した自然災害リスクの啓発を行っています。

② 火災の対策

日本で発生する火災の出火原因は、たばこ、たき火、こんろ、放火が上位を占めています（消防庁ホームページ）。

このような火災を予防するために消防庁は「住宅防火 いのちを守る 10のポイント」を掲げています。



参考 住宅防火 いのちを守る 10のポイント（消防庁）

『4つの習慣』

1. 寝たばこは絶対にしない、させない。
2. ストープの周りに燃えやすいものを置かない。
3. こんろを使うときは火のそばを離れない。
4. コンセントはほこりを清掃し、不必要なプラグは抜く。

『6つの対策』

1. 火災の発生を防ぐために、ストーブやこんろ等は安全装置の付いた機器を使用する。
2. 火災の早期発見のために、住宅用火災警報器を定期的に点検し、10年を目安に交換する。
3. 火災の拡大を防ぐために、部屋を整理整頓し、寝具、衣類及びカーテンは、防災品を使用する。
4. 火災を小さいうちに消すために、消火器等を設置し、使い方を確認しておく。
5. お年寄りや身体の不自由な人は、避難経路と避難方法を常に確保し、備えておく。
6. 防火防災訓練への参加、戸別訪問などにより、地域ぐるみの防火対策を行う。

(3) 防犯 ～犯罪リスクの対策～

家族と財産を守るために大切なことは、自分の安全は自分で守るという防犯意識です。

例えば、住宅を対象とする侵入窃盗は、2023（令和5）年には、17,469件発生しました（令和6年警察白書）。これは1日当たりで約48件発生したことになり、毎日全国で多くの住宅が被害に遭っています。住宅侵入による窃盗に備えるには、短時間の外出でも玄関や窓の鍵をきちんと閉めるといった対策があります。

安心な生活を送るためには、少しの心掛けや工夫でできることがあります。また、地域の安心・安全は、みんなで見守るという視点も大切です。



参考

住宅侵入による窃盗への備え

1. 「玄関は主錠と補助錠のワンドアツーロック」
主錠のほかに補助錠がついていると侵入しようとしても時間がかかり、5分以上かかると7割の泥棒があきらめるというデータがあります。
2. 「窓ガラスは防犯ガラス・防犯フィルムの貼付け」
一戸建て・共同住宅と最も多い侵入口は窓です。
3. 「短時間の外出の際も玄関や窓の鍵をきちんと掛ける」
侵入窃盗の発生場所別の侵入手段においては、施錠していない場所から侵入されたケースが、40%を超えています。

（注）警察庁のデータより

3 4 -3 不正請求への対応等

第3節の
学習時間およそ
4分

(1) 不正請求への対応

全国の警察が摘発した交通事故に絡む保険金詐欺事件は、2023（令和5）年には、96件 **▲注** 発生し、被害額は1億3,305万円でした（令和6年警察白書）。

保険金詐欺は重罪（詐欺罪：刑法第246条）ですが、損保協会が過去に実施した消費者の意識調査では、実際に発生した事故に便乗して過大に請求することへのモラル意識が低いといった結果など、保険金詐欺が犯罪行為であることの認識が低いことが確認されています。

また、保険募集人（代理店）が、自己の利得を目的として保険金を不正に請求することはもちろんのこと、保険契約者のためと思って助言したり、幫助（ほうじょ）したり、不正を知りながら保険契約者の不正請求を手伝うことなども、犯罪行為になり得ます。

保険金不正請求や着服、また、その幫助や教唆（それぞれ未遂を含みます）を行うことは、保険業法に違反するだけでなく、詐欺や横領といった犯罪行為にもなりうる重大な違反行為ですので、いっさい行ってはなりません。

なお、上記のような行為により保険業法上の不祥事件届出となった場合は、代理店廃止等情報制度に当該不正行為を行った者の情報が掲載されます（P.190参照）。

▲注 この統計は、あくまでも摘発件数であり、摘発に至らないものや保険会社の対策で未然に防止したものは含んでいません。

デジタルテキスト 339

(2) 不正請求の具体例

不正請求の具体例としては次のようなものがあります。

- ・保険契約者と連絡が取れず満期失効した後に事故が起きたにもかかわらず、保険期間を遡及して契約手続したうえで事故報告した。
- ・代理店が病院に、事故とは関係ない治療内容を診断書へ記載させたり、実際には通院していない日を通院日として通院証明書へ記載させて、保険会社に提出した。
- ・追突事故が発生した際、使用していないレンタカーの費用が保険金で支払われるよう、虚偽の内容で事故報告した。
- ・保険募集人が、保険契約者から車両事故発生の連絡を受け、保険会社に事故報告をしたところ、同保険期間内に2度目の車両事故であったことから、車両免責金額が適用されるため、請求をせず、修理も行わなかった。保険募集人は、保険更改をした後、事故日を改ざんして保険会社に事故報告を行った。
- ・自動車整備工場である代理店が、保険契約者から車両単独事故の修理と保険金請求の依頼を受けた。当該事故の修理に、以前から傷ついていたドア部分の修理を含めて一つの保険事故として取り扱われるよう、事故状況を虚飾した。
- ・車両保険を付帯（セット）していない自動車保険で車両単独事故が発生した。保険募集人は、保険契約者から付帯（セット）を勧めてくれなかったと責任を追及されたため、車両保険追加の契約内容の変更を行い、事故発生日を車両保険の追加の翌日だと偽って事故報告した。

参考 保険金不正請求ホットライン

損保協会では、「保険金不正請求ホットライン」を設置し、損害保険の保険金不正請求に関する情報を受け付けています。

デジタルテキスト 340



社会生活はコミュニケーションなくしては成り立ちません。家庭や職場、友人、地域社会とのつながりは、すべてコミュニケーションが基盤となっています。まして保険商品の販売に携わる保険募集人（代理店）は、顧客の状況に応じてコミュニケーションを図っていく必要があり、顧客としっかりとしたコミュニケーションがとれてこそ、保険商品の販売が可能になるといえます。



保険契約者

保険募集人

デジタルテキスト 341

(1) ダイバーシティ・コミュニケーション

① コミュニケーション

コミュニケーションは、人と人との間の「意思の疎通」や「互いに理解し合う」ことで初めて成立します。

コミュニケーションの目的は、「共有」「共感」であるといわれ、コミュニケーションをとる相手や状況により、様々な方法があります。



デジタルテキスト 342

② ダイバーシティ

ダイバーシティ(Diversity)という言葉は、通常「多様性」と翻訳され、「多様な人々が互いの違いを尊重し合い共に生きる社会」という理念を表します。

多様性には「表面的な多様性」と「内面的な多様性」の2つの側面があります。表面的な多様性とは、「性別」「国籍」「障がいの有無」「就業形態」「高齢・若年の年齢差」など外観的な違いのことをいいます。一方で、内面的な多様性とは、「考え方」「仕事観」「職歴」「スキル」「パーソナリティ」など、外観から認識できないような個性やアイデンティティの内面的な違いのことをいいます。



デジタルテキスト 343

③ ダイバーシティ・コミュニケーションによる協働

ダイバーシティ・コミュニケーションとは、「他部門」「顧客」「上司」「若手」などの異なる立場において、異なる価値観を持つ人たちが多様性を活かし、協働していくことで新たな価値を生み出すことを可能にするコミュニケーションスキルのことをいいます。

多様性を認めること、すなわち他者へ配慮をもって接することが健全な社会への第一歩となります。顧客としっかりコミュニケーションをとるために、他者への配慮、ダイバーシティ・コミュニケーションの視点は非常に重要といえます。

また、企業においても、従業員全員がいきいきと働くことができる環境・制度を整備していくことが求められており、ダイバーシティやワークライフバランス **注** の重要性が叫ばれています。

このように、ダイバーシティ・コミュニケーションによって、保険募集人が「顧客との良好な関係」を構築する、その保険募集人が集まる代理店の「職場環境が良好」になる、その代理店の「良好な職場環境」が「顧客との関係構築」に好影響を与える、といった好循環を生み出せるように心掛けましょう。

注 ワークライフバランスとは、一人ひとりが、やりがいや充実感を感じながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、家庭や地域生活などにおいても多様な生き方が選択・実現できることをいいます。



デジタルテキスト 344

(2) 人権についての理解

21世紀は「人権の世紀」といわれています。この「人権の世紀」という言葉には、「戦争の世紀」ともいわれる20世紀の経験を踏まえ、21世紀を平和と人権が守られる世紀にしたいという、人々の願いが込められています。

日本国憲法では、「国民は、すべての基本的人権の享有を妨げられない。この憲法が国民に保障する基本的人権は、侵すことのできない永久の権利として、現在及び将来の国民に与へられる」（第11条）と定められており、日本国憲法そのものがわが国の人権宣言であるともいえます。

損害保険の募集においても、顧客に対する差別や不快感を与えるような言葉遣いや態度は顧客からの苦情の原因にもなりかねませんし、人権侵害にもつながりかねません。そこで人権問題についても正しい理解と認識を深め、顧客一人ひとりを尊重する姿勢が強く求められます。

① 保険募集人（代理店）に求められる心構え

② 様々な人権問題

参考 人権とは

人権とは「人間としての権利」のことです。それは、「人間が人間らしく幸せに生きていくために、誰もが生まれながらに持っている権利」です。人権を尊重する社会をつくるためには、誰もが、性別、年齢、職業、宗教、国籍に関係なく、平等に、やさしく思いやりを持って接することが求められます。

デジタルテキスト 345

① 保険募集人（代理店）に求められる心構え

保険募集人（代理店）は、日頃から人権感覚を磨き、顧客をはじめ、あらゆる人々の人権を尊重して行動しなければなりません。また、差別することはもちろんのこと、差別につながる言動をとってはなりません。



デジタルテキスト 346

a. 差別等の禁止

差別とは、人権侵害の1つの形態として、主観的な見方により、人に対して不利益な扱いをすることをいいます。例えば、同和地区出身者だから、在日コリアンだからといったことなどを理由として差別的な扱いをすることは断じて許されません。

顧客をはじめ、あらゆる人々に対して、性別、年齢、職業、国籍、人種、思想、信条、宗教、社会的地位、社会的身分、または門地などの理由により、差別等の人権侵害を行ってはならないことをしっかり銘記しましょう。



デジタルテキスト 347

b. 差別的表現の禁止

人権尊重の視点から差別的な表現はもちろんのこと、受け取る側に嫌悪感や不快感を与える表現をしてはなりません。差別用語は一般に日常会話においては禁句とされ、主要メディアにおいては放送禁止用語として扱われています。

差別用語としては、明らかに差別を目的としたものや、「部落」など差別的に使われることが多いものに加えて、「片手落ち、目くらまし」など語源上では差別的意図はないものの、語感が差別的意図や差別用語を連想させるものなどがありますので、注意が必要です。



デジタルテキスト 348

② 様々な人権問題

日常生活や職場などにおいて、人権感覚を身につけるために、次のことを理解する必要があります。

a. 日常生活や職場における人権問題

b. 同和問題

c. 在日コリアン問題

デジタルテキスト 349

a. 日常生活や職場における人権問題

(a) セクシュアルハラスメント（セクハラ）

セクハラは重大な人権侵害であり、性別にかかわらずすべての人が対象になります。セクハラには相手の意に反する「性的な言動」「性的な誘い」「性的な話題」「性的な関心」によって、本人に不快な念を抱かせる行為のすべてが含まれます。 **▲注**

(b) パワーハラスメント（パワハラ）

パワハラとは、同じ職場で働く者に対して、職務上の地位や人間関係などの職場内の優位性を背景に、業務の適正な範囲を超えて、精神的・身体的苦痛を与えるまたは職場環境を悪化させる行為のことをいいます。上司から部下に行われるものだけでなく、専門力を利用しての先輩・後輩間や同僚間、さらには部下から上司に対するものなど、様々な優位性を背景に行われるものも含まれるとされています。

▲注 男女雇用機会均等法では、職場で働く人が性別により差別されることなく、また、女性労働者にあっては母性を尊重されつつ、充実した職業生活を営むことができるようにすることを基本理念としています。具体的には差別禁止の範囲拡大、間接差別の禁止、セクハラ対策等が定められています。

デジタルテキスト 350

(c) 障がい者の人権問題

障がい者を特別視するのではなく、一般社会の中で普通の生活が送れるような条件を整えるべきであり、障がい者と健常者とが共に生きる社会こそノーマル（普通）な社会であるといえます。このような考え方を「ノーマライゼーション」といいます。

わが国でも、ノーマライゼーションを基本理念として、障がい者の雇用促進をはじめとした様々な取り組みが、障がい者の「完全参加と平等」の目標の下に進められてきています。 **▲注1** **▲注2**



ノーマライゼーション

▲注1 障がい者に対する虐待が障がい者の尊厳を害するものであり、障がい者の自立および社会参加にとって障がい者に対する虐待を防止することが極めて重要であること等に鑑み、「障害者虐待の防止、障害者の養護者に対する支援等に関する法律」が制定されています（2012〈平成24〉年10月施行）。

▲注2 障がいを理由とする差別の解消を推進することにより、すべての国民が障がいの有無によって分け隔てられることなく相互に人格と個性を尊重し合いながら共生する社会の実現を目指し、「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律」（障害者差別解消法）が制定されています（2016〈平成28〉年4月施行）。

デジタルテキスト 351

(d) 高齢者の人権問題

豊かな経験や知識がありながらも、年齢を理由に就業や社会的活動への参加が制限されるなど、高齢者の人権に関わる問題が起きています。また、介護を要する高齢者への身体的、精神的な虐待の問題があります。国民一人ひとりが高齢者の人権についての認識を深めることが大切です。 **注**



注 高齢者の尊厳の保持にとって高齢者虐待を防止することが重要であること等に鑑み、「高齢者虐待の防止、高齢者の養護者に対する支援等に関する法律」が制定されています（2006〈平成18〉年4月施行）。

デジタルテキスト 352

b. 同和問題

人は生まれる場所を自分の意思で選択できません。しかし、わが国には、同和地区の出身者であるという理由だけで差別されるという重大な人権問題が存在します。これを同和問題といいます。

この問題は歴史的・社会的につくられた身分的差別によって、一部の人が長い間、経済的、社会的、文化的に差別される状態・境遇に置かれてきたことにあります。

現代においても、結婚を妨げられた、就職で不公平に扱われた、インターネットに悪質な書き込みをされたなど、日常生活の中で様々な差別を受けることがあり、依然として深刻な人権問題となっています。わたしたち一人ひとりがこの問題について理解を深め、自らの意識を見つめ直すとともに自らを啓発していくことが必要です。

c. 在日コリアン問題

在日コリアン問題とは、歴史的な経緯があり、日本に定住するに至った朝鮮半島出身者やその子孫が、日本社会の中で差別を受けている問題のことです。

特定の国の出身の人々をその出身であることのみを理由に差別することは許されません。在日コリアンの人たちの立場を正しく認識し、偏見や差別をなくしていくことが必要です。

デジタルテキスト 353

【基本的なチェックポイント】

日常生活および日常業務の遂行にあたっては、次の基本的なチェックポイントを参考に、自己点検または相互点検を繰り返し実施するよう心掛けましょう。

1. 他人に対して不快な思いを抱かせるような言動をしていないか。
2. 他人や、女性、障がい者、高齢者などを低く見るような態度や言動をしていないか。
3. 同和地区出身者、あるいは同和地区に住む顧客に対して差別的な言動をしていないか。
4. 外国人であることを理由に不当な扱いをしていないか。在日コリアンの人たちの立場を誤って認識し、偏見を持ったり差別的な言動をしたりしていないか。
5. 顧客のプライバシーを他人に明かしたり、プライベートな情報を外部に漏らしたりするようなことをしていないか。

デジタルテキスト 354

 参考 ▶ 訪日外国人等への対応

近年、日本を訪れる外国人が増えており、外国人が事故の被害者になったり、一部の保険では保険契約者になったりするケースも多くみられます。保険会社では、訪日外国人向けの商品やサイトの作成や、外国語で事故対応をするサービスの提供なども行われるようになっており、保険募集人（代理店）としても、保険会社と連携して適切な情報提供・事故対応などに努める必要があります。

 参考 ▶ 保険における同性婚パートナーの取扱い

自動車保険などにおいて、性的少数者の権利尊重に対する社会的関心・要請の高まりを踏まえ、「配偶者」の定義を変更し、同性婚のパートナーを配偶者として取り扱う保険会社が多くなっています。

例えば、保険約款における配偶者の定義について、従来は、民法上の配偶者と同義としていましたが、「婚姻の届出をしていないが事実上婚姻関係と同様の事情にある者を含む」とし、被保険者や補償の範囲を拡大しています。

 参考 ▶ 性の多様性に関する法整備

性的指向やジェンダーアイデンティティに関する国民の理解が必ずしも十分でない状況を受けて、性的指向等の多様性に寛容な社会の実現に資することを目的とした「性的指向及びジェンダーアイデンティティの多様性に関する国民の理解の増進に関する法律」が、2023（令和5）年6月に施行されました。

この法律では、すべての国民が、性的指向等にかかわらず等しく基本的人権を享有するかけがえない個人として尊重されるものであることを基本理念とし、性的指向等を理由とする不当な差別はあってはならないと定められています。また、国および地方公共団体には、理解増進施策の策定・実施に努める役割を求められており、事業主や学校の設置者には、雇用する労働者や児童等の理解の増進に自ら務めるなどの役割を求められています。