

≪改正保険業法対応≫ 「体制整備」の豆知識 (Vol.3/H28.2.18)

豆知識 Vol.3 です。今回は、「情報提供義務」に関する Q&A です。

Q1 【保険募集管理体制（2）】

今回新たに設けられた代理店に対する「情報提供義務」は、今までと何が違うのですか？

A1 情報提供義務は、保険募集人等が保険募集を行う際に、保険契約者・被保険者が保険契約の締結または加入の適否を判断するのに必要な情報を提供することを求めるものです。（保険契約者だけでなく被保険者に対しても情報提供が必要です）

現状でも、保険会社に対する監督指針において「契約概要」・「注意喚起情報」の提供が求められており、実務的には「重要事項説明書」の交付・説明が募集プロセスの中に位置づけられています。従って、現場の実務としては大きな変更はありませんが、今後は、これが「法律上の義務」として「直接代理店に課される」こととなりますので、更に丁寧な対応が必要になることを認識しておく必要があります。

また、内容的にも、従来の「契約概要」・「注意喚起情報」に加えて、「その他参考になるべき情報」の提供が追加されています。これは、例えば、自動車保険であれば、ロードサービスを指しますが、今後は、従来の内容に加え、こうした主な付帯サービス等についても触れることが必要になります。

情報提供は、書面等による一律・画一的な手法で行うことが基本となりますが、以下の例外規定があります。なお、商品や募集方法毎の具体的な取り扱いについては、所属保険会社の規定等を確認し、対応下さい。

① 〔被保険者に対する情報提供は義務の適用から除外されるもの〕

- ・ 家族傷害保険の対象の子供のように、被保険者が負担する保険料がゼロである契約
- ・ レクリエーション保険のように保険期間が 1 カ月以下、かつ、被保険者が負担する保険料が 1,000 円以下の契約
- ・ お祭りの主催者が入場者に付保する傷害保険のように、被保険者に対する商品の販売や役務の提供または行事の実施等に付随して締結する契約 など

② 〔情報提供義務の対象にはなるが、一律の手法でなくてもいいもの〕

- ・ 工場の火災保険等、事業者の事業活動に伴って生じる損害をてん補する保険など
- ・ 旅行傷害保険のような保険料の負担が年間 5,000 円以下の場合 など
- ・ 団体契約において、保険契約者である団体に対して行う情報提供
- ・ 既存契約の契約内容の変更・更新の場合・・・変更部分の情報提供は一律でなくて可

Q2【保険募集管理体制（2）－2】

既存契約の契約内容の変更や更新の際に、契約内容に変更がある場合は、その変更部分について説明する必要があると規定されていますが、具体的にはどう対応すればいいのですか？

A2 下記の通りとなります。

- ① 更新（更改）の場合：「更新申込書の変更箇所を示して説明する」ことがミニマムの対応となりますが、商品改定等についてより丁寧な情報提供を行う観点から、更新の場合も多くの保険会社は重要事項説明書等の交付・説明を自社ルールとして定めていると思われます。所属保険会社のマニュアルを参照の上、的確に対応することが必要です。
- ② 契約内容の一部変更の場合：当然の対応ではありますが、変更依頼書の変更箇所を示す等しながら、変更箇所を説明することになります。

何れにしても、顧客が契約内容を理解し、納得して手続きを行っているか、という点を常に念頭において顧客対応を行うことが基本となります。

Q3【保険募集管理体制（2）－3】

顧客から、「契約概要」・「注意喚起情報」の説明不要との意思表示があった場合は、どう対応すればいいのですか？

A3 顧客の契約内容に対する理解度がポイントになります。

顧客が保険契約の内容を十分に理解していると判断されるのであれば、顧客に「契約概要」「注意喚起情報」を記載した重要事項説明書等を「読むことが重要であること」を口頭で説明し、当該書面を交付して受領印をいただくこととなります。

一方で、顧客の理解が不十分であると判断される場合は、当然ながら、十分に説明し、理解を得る必要があります。

なお、契約当初にたとえ顧客が説明不要と言っていたとしても、いざトラブルになれば、聞いていない、あるいは、代理店に全て任せていた…、代理店を信頼して契約したのに…、といった不満につながることも想定されます。従って、あくまでも形式ではなく、「顧客の理解度」をポイントにして丁寧な対応を行うことが肝要です。

Q4【保険募集管理体制（2）－4】

重要事項説明書の説明・交付を1件でも怠ったら、不祥事件扱いになるのですか？

こうしたケースを防ぐために、代理店としてはどのような体制をとればいいですか？

A4 改正業法施行後は、情報提供義務は法律上の義務になります。従って、万が一、募集人が（適用除外等のケースを除き）顧客に対して情報提供を怠れば、例えそれが1件であっても今後は「法令違反」となって不祥事件として処理されるおそれもありますので、より一層注意が必要です。

それでは、代理店としては具体的にどう対応すればいいのでしょうか？

経営者は全ての募集人の募集活動に同行することはできません。従って、情報提供義務に限らず遵守すべき募集ルールを踏まえて、代理店として「募集プロセス・募集行為の標準化」を図り、均質な顧客対応を確保することが必要です。いわば、代理店としての保険募集に関する「ミニマム・スタンダード」を定めるということになります。

代理店として、顧客対応の品質を一定の水準に定め、その上に各募集人それぞれの個性を活かせるようにすれば、対面募集が顧客に及ぼすデメリットの一つである“募集品質のバラつき”（対応する募集人によって業務レベルに差が出る）を無くすことができるとともに、個々の募集人の持ち味も活かすことができます。

今後は、タブレット端末等 IT を活用して顧客対応の標準化・迅速化を図る方向へ業界全体が大きく動いていくと思いますが、より地に足が着いた漏れのない顧客対応を実現していくために、顧客に提示・説明する各種帳票を一冊にまとめたバインダーを作成したり、代理店としての「トークスクリプト」を作成して募集人全員で共有したり、定期的に「社内ロープレ研修」などを行って店主自ら募集人のプレゼン内容を確認する等の取り組みを継続して行うことが有効です。

募集人教育・指導・管理の具体策として、こうした「募集行為の可視化」を検討されてみてはいかがでしょうか？

（担当：日本創倫株式会社 専務取締役 IC オフィサー事業部長 風間 利也）

[配信：日本代協事務局]