

ふうたのワンポイントレッスン Vol.5 比較推奨

お疲れ様です。コロナ感染拡大の終息も見通せないどころか拡大一方で、ますます不透明感が漂っています。何とか乗り切るしかないのですが、まだしばらくは閉塞感が続く状態で、ご苦労が絶えないことと思います。明けない夜はないとはいいますが、早く明けて欲しいものです。

さて、今回のワンポイントは、保険募集管理の「推奨販売・比較説明」について解説いたします。

保険業法改正による新たな募集ルールとして、複数の保険会社商品を取り扱う乗合代理店は、お客様に対して取扱商品の中から特定の保険会社の商品を選別・推奨して販売する場合（推奨販売）には推奨した商品をどのように選別したのか、または複数の保険会社の商品を提案し、契約内容を実質的に比較する場合（比較説明）は、お客様が自身の意向に沿った商品を選択できるように、提案する全ての商品の比較事項を偏りなく説明することが法制化されています。

また、比較推奨販売方針を社内規程として定め、全ての募集人に周知徹底しなければなりません。生損保兼営の専属代理店においても、生損双方の同種の第三分野商品（がん保険、医療保険等）等を販売する場合には上記の対応が必要となります。

（１）推奨販売

ケース１：お客様の意向に沿って比較可能な商品を選別し、商品を推奨する場合（施行規則第 227 条の 2 第 3 項第 4 号ロ）

《説明すべき内容》

候補となる比較可能な対象商品の概要および推奨する理由を説明します。取扱商品の中から、お客さまの意向に基づき、比較可能な商品(募集人が把握したお客さまの意向に基づき、保険の種別や保障(補償)内容等の商品特性等に基づく商品の絞込みを行った場合には、当該絞込み後の商品)の概要を明示し、お客さまの求めに応じて商品内容を説明します。

ケース２：代理店独自の推奨理由・基準に沿って商品を選別し、商品を推奨する場合（施行規則第 227 条の 2 第 3 項第 4 号ハ）

《説明すべき内容》

乗合代理店の独自の推奨理由・基準としては、様々な内容が考えられますが、いずれの場合においても、その理由が合理的なものであるとともに、理由が複数ある場合にはその主たる理由をわかりやすく説明する必要があります。また、推奨理由・基準が合理的か否かは個別具体的に

判断することとなりますが、代理店の経営方針に基づいていることについて明確に伝える必要があります。

(2) 比較説明

注意点 複数の保険会社の保険商品を販売する代理店が、お客さまに対し、複数の保険会社の商品を提案し、契約内容を実質的に比較する場合は、お客さまが自身の意向に沿った商品を選択できるように、提案する全ての商品の比較事項を偏りなく説明(以下「比較説明」)します。(保険業法第 294 条、第 294 条の 3、施行規則第 227 条の 2 第 3 項第 4 号、第 227 条の 14、監督指針 II-4-2-9(5))

《説明すべき内容》

比較説明を行う場合、ある特定の商品の有利な部分のみ説明し、当該商品の不利な部分を説明しない等、お客さまが誤解するような説明・表示を行ってははいけません。

特に、お客さまに特定の商品を推奨販売する際、その商品の優位性を示すために他の商品との比較説明を行う場合は、お客さまが契約に際して正確な判断を行えるよう、次のア.およびイ.のような比較に必要な事項を包括的に説明する必要があります。(保険業法第 300 条第 1 項第 6 号、監督指針 II-4-2-2(9)、II-4-2-9(5)(注 2))

ア. 当該他の商品の全体像や特性

イ. 推奨する商品の優位性の根拠

保険のように内容が難しい商品を、比較したり、推奨したりすることは簡単ではなく、しっかりとした体制が必要です。代理店監査で募集人ヒヤリングを行うと、上記のような推奨販売・比較説明について明確に答えられないことが散見されます。

取扱保険会社数が少ない場合でも推奨会社、商品を選別している場合には社内規程で販売方針を定めて、研修などを通じて全ての募集人に周知徹底することが代理店店主には求められます。

募集人が規定や方針を適正に理解し、自分の言葉で説明ができているかを点検、チェックするために、ロープレを行うことをご提案します。

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

配信：日本代協事務局