

仮 訳

保険監督者国際機構

仲介人の行為の監督アプローチに関する適用文書

2016年11月

本出版物の著作権は、生命保険協会（以下、当会）が有しており、保険監督者国際機構（以下、IAIS）の公式な翻訳文書ではない。無断転載禁止。出典表示を条件に、概要の引用について、複製または翻訳を許可する。なお、本仮訳を利用することにより発生するいかなる損害やトラブル等に関して、当会は一切の責任を負わないものとする。原文は、IAIS のウェブサイト(www.iaisweb.org)上で入手可能である。

IAIS について

保険監督者国際機構（IAIS）は、約 140 カ国の 200 を超える管轄区域からの保険監督者および規制者である任意の会員からなる組織である。IAIS の使命は、保険契約者の利益と保護のために、公正、安全かつ安定した保険市場を発展させかつ維持すべく、効果的でグローバルに整合的な保険市場の監督を促すこと、およびグローバルな金融安定に貢献することである。

IAIS は 1994 年に設立され、保険セクターの監督のための原則、基準および他の支援する資料の策定、ならびに、それらの実施を支援する責任を有する国際的な基準設定主体である。また、IAIS はメンバーに対して、保険監督および保険市場に関するメンバーの経験および見解を共有するための議論の場を提供する。メンバーの積極的な参加に加えて、国際的な機関、専門家団体、および保険・再保険会社を代表するメンバー、ならびにコンサルタント、および他の専門家による、IAIS の厳選された活動への助言（input）により IAIS は恩恵を受けている。

IAIS は、他の国際的な金融政策立案者および監督者または規制者の協会と自身の取組みを調整しており、また、世界的な金融システムの形成を支援している。特に、IAIS は、金融安定理事会（FSB）のメンバーであり、バーゼル銀行委員会（BCBS）、証券監督者国際機構（IOSCO）と共にジョイント・フォーラムの設立メンバー・共同母体、国際会計基準審議会（IASB）の基準諮問会議のメンバーであり、および保険へのアクセスに関するイニシアティブ（A2ii）のパートナーである。また、その結集された専門知識が認められ、IAIS は、G20 のリーダーおよび他の国際的な基準設定主体から、保険の論点のみならずグローバルな金融セクターの規制および監督に関する論点について、定期的に助言を求められている。

IAIS の適用文書について

適用文書は、監督上の資料の実際の適用に役立つ実例または事例研究を含む、複数の保険コアプリンシプルに関連する追加資料を提供する。適用文書は、実際の原則および基準の適用が異なりうる、または、その解釈および導入が困難となりうる場合に提供される可能性がある。適用文書は、監督上の資料の導入方法について、監督者にさらなる助言または提言を示すことができる。

本文書は、IAIS のメンバーと協議の上、市場行為ワーキング・グループが作成した。

本出版物は IAIS のウェブサイト(www.iaisweb.org)上で無料で入手可能。

著作権：保険監督者国際機構 [2016]。無断転載禁止。出典表示を条件に、概要の引用について、複製または翻訳を許可する。

仲介人の行為の監督アプローチに関する適用文書

目次

1. はじめに
 - 1.1 経緯および目的
 - 1.2 仲介人監督に関する調査
 - 1.3 本適用文書の構成

2. 仲介および仲介人のタイプ
 - 2.1 保険仲介人のタイプ
 - 2.2 仲介市場の多様性
 - 2.3 新たな販売チャネルの出現

3. 仲介人監督のアプローチ
 - 3.1 仲介人監督の特異性
 - 3.2 市場多様性が監督アプローチに及ぼす影響
 - 3.3 免許付与および免許付与の要件
 - 3.4 直接的監督
 - 3.5 間接的監督
 - 3.6 監督上の措置
 - 3.7 人材（resourcing）および監督能力

4. 優れた事業行為を促進する監督要件およびアプローチ
 - 4.1 最低限の適格性要件
 - 4.2 顧客の公正な扱いを促進する組織上の要件
 - 4.3 顧客に対する透明性
 - 4.4 顧客への商品情報の提供
 - 4.5 アドバイス
 - 4.6 契約期間中の仲介人の役割

1. はじめに

1.1. 経緯および目的

1. 仲介人による顧客と保険会社間の橋渡しは、特に、仲介人の行為および権限を通じて、仲介人に対し、保険セクターに寄せられる公衆の信用および信頼を構築し、正当化する上で重要な役割を与える。監督者は、この重要な役割を奨励し、かつ保護するための要件を定めており、そのため、仲介人に対する免許付与および行為の基準が適切かつ十分であることが重要である。また、仲介人は、顧客が自身の購入する商品について情報を得た上でより適切に決断するよう支援することにより、消費者保護および金融知識習得を促進することができる。¹

2. 仲介人の重要な役割を考慮すると、仲介人が十分な技能、注意および配慮を持って自身の業務を行い、十分かつ適切なガバナンスを適用し、自身の顧客の最善の利益のために行動し、かつ、法的強制力のある監督基準の対象とされることが重要である。

3. IAISの保険コアプリンシプル（ICPs）では、仲介人業界を含む保険セクターの監督に係る世界的に認められた枠組みを規定する。

4. 本適用文書は、ICP 18（仲介人）およびICP 19（事業行為）における関連する側面を含む、仲介人の監督のための制度を開発または修正する際に、ならびに、それらを自身の広範な監督枠組みに組込む際に、IAISのメンバーが検討したいと望む可能性があるアプローチについてのアイデアを文書化する。

5. 本文書は、IAISの『事業行為の監督のアプローチに関する適用文書』²を補足するものである。同文書が保険会社の事業行為に焦点を当てているのに対して、本適用文書は、仲介人による事業行為を取扱い、保障を保険会社から直接得るか、保険仲介人を通じて得るかにかわらず、顧客が平等に保護されるべきことを示している。監督の枠組みでは、顧客の公正な取扱を確保するために、関連する全ての業界参加者を考慮に入れるべきである。

1.2. 仲介人監督に関する調査

6. IAISは、仲介人監督のアプローチについてのさらなる情報を得るために、調査（「仲介人についての調査」）³を実施し、参加管轄区域の仲介人監督の枠組みに関して質問した。60を超えるIAISのメンバーが調査に参加した。当該調査は以下を扱った。

- 仲介人監督の全体的な枠組み；
- 関連する市場統計；
- 様々なタイプの仲介人に対する異なるアプローチが存在するか（および存在する場合どのようなアプローチか）；ならびに、

¹ ICP 18.0.18-21 参照。

² IAIS のウェブサイト <http://iaisweb.org/index.cfm?event=getPage&nodeId=25248> で入手可能。

³ ICP 18&19 に関する自己評価およびピア・レビューの実施に併せて実施した。

- 報酬、アドバイス、開示および広告に関連するものを含む、監督要件。

7. 当該調査により、IAISのマーケット・コンダクト作業部会は、監督実務に関する貴重な情報（input）、特定の市場に関する詳細情報、および、管轄区域が保険仲介人を監督する際の傾向および直面する課題についても、収集することができた。

8. 仲介人監督のアプローチに関して本文書内で論じられる様々な例は、調査に対する回答から引用されている。調査の回答の関連する側面は、テキストボックスの中で強調、または要約されている。

1.3. 本適用文書の構成

9. 本文書は以下のように構成されている：

- セクション2では、様々なタイプの仲介人および仲介の多様性を示す。
- セクション3では、全体的な監督枠組みの中での、仲介人監督のアプローチについて論じる。
- セクション4では、ICP 18および19の要件に関連して、仲介人による優れた事業行為を促進する、監督要件およびアプローチの概略を示す。

2. 仲介および仲介人のタイプ

10. 保険仲介人は、保険の仲介に携わる自然人または法人であり、IAISの用語集では、保険の仲介を何らかの媒体を通じた保険契約の勧誘、交渉または販売の活動として定義している。⁴しかしながら、実際には、様々な管轄区域において、管轄区域固有の状況および条件に応じ、仲介人または仲介についての様々に異なる定義を用いている。

11. 保険会社は、保険商品を市場に出して販売するための様々な販売チャネルを利用することができるが、本文書では、保険仲介人の利用に焦点を当てる。

2.1. 保険仲介人のタイプ

12. 通常、仲介人は、主に顧客のために活動する者または主に保険会社のために活動する者のいずれかの、2つのカテゴリー⁵に分類される。

13. 仲介人が主に保険会社のために活動する場合、仲介人は「エージェント」と呼ばれることが多い。そのような仲介人は、1つの保険会社（「専属」エージェントと呼ばれる場合がある）または数社を代理して活動する可能性がある。仲介人が提供できる商品は、関

⁴ 「勧誘」とは、報酬目的で保険を販売しようとする事、もしくは、ある人物に特定の会社の特定の種類の保険に申し込むよう、依頼または要請することを意味する。「交渉」とは、その活動に携わる人物が、購入者のために保険を販売する、または保険会社から保険を取得することを前提に、特定の保険契約の購入者または見込みの購入者に対して、当該契約の実質的な利点、契約期間または条件に関して、直接話をする、または直接アドバイスする行動のことを意味する。「販売」とは、保険会社に代わって、金銭またはその同等物などを得る目的で、何らかの方法で保険契約を締結することを意味する。

⁵ ICP 18.0.9 参照。

係する保険会社との代理店契約によって制限される可能性がある。エージェントは通常、自身が代理店契約を交わしている保険会社のもの以外は、市場に出ている保険の選択肢についてのアドバイスを行わない。

14. 仲介人が主に顧客のために活動する場合、販売される商品の保険会社から独立しているとみなされる可能性がある。そのような仲介人は「ブローカー」と呼ばれることが多く、決められた商品群 (pool) 内、または市場全体から購入可能な商品を選ぶことができる。個々の管轄区域の市場および法的状況によっては、自分が独立したアドバイスを提供していると売り込む仲介人は、例えば、保険会社からは全く、または限られた報酬しか受け取っていないこと、および/または、市場で購入可能な広範な商品を比較することで、自身の独立性を証明するために、一定の基準を満たすよう要求される可能性がある。⁶

15. 1つのリスクまたは1人の顧客への「仲介の連鎖」には、複数の仲介人が関与しうる。この点に関して、ICP 18 では、保険契約の締結または履行のための仲介の連鎖において、遂行される全ての活動を取扱うことを意図している。連鎖の中での様々な活動に関する責任は、関与する仲介人と保険会社との間で適切に配分され取り決められる必要がある。例えば、ある管轄区域では、保険会社は、たとえ第三者によって商品が販売されたとしても、対象とする市場の顧客に商品が販売されたことを確保するために、商品の設計のみならず、当該商品のマーケティングおよび販売戦略に関する責任を有する。結局、顧客は、保険金の請求、苦情申立、もしくは情報またはアドバイスを求める場合に、どこに頼ったら良いか知っている立場になければならない。販売連鎖の特性が、顧客にとっての公正な結果に有害な影響を及ぼすべきではない。

例：フランス

ACPR は、生命保険契約の販売に関する合意について、2014年に勧告を発表した（2014年7月3日の、提言 2014-R-01）。⁷

販売連鎖のケースでは、参加者数が多いため、保険会社と保険契約者の結び付きは、益々離れて行っている。例えば、保険会社との最初の接点として活動する仲介人（「最初の仲介人」）は、顧客との接点として活動する仲介人（「販売担当の仲介人」）とは異なる可能性がある。さらに、多くのケースでは、販売担当の仲介人と保険会社を直接結び付ける合意が存在しない。

結果として、有効かつ立法者の目的に適うものとするために、保険仲介人と保険会社間の合意には、販売のプロセスに複数の仲介人が関与するケースのための規定を含めるべきである。その規定では、検証のプロセスおよび/またはマーケティングの資料の利用、ならびに保険契約の全ての特徴を理解するのに必要な情報の連携に関して、各々の販売担当仲介人について個別の合意が必要となることを明記すべきである。さらに、最初の仲介人は、自身が作成する各販売担当の仲介人との合意の規定が、保険会社との間で署

⁶ 一部の事例において、これらのタイプの要件を満たすエージェントは、その立場に関わらず、一定程度の独立性を有するものと見なされる。

⁷ https://acpr.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/acpr/Fichiers_EN/Recommandations_et_fichiers_DCPC/Recommandation-2014-R-01-of-the-ACPR.pdf

名した合意の規定と整合するよう確保すべきである。

16. 大口販売の仲介人などの一部の仲介人は、顧客との直接の接点を持たないが他の仲介人と共に活動し、保険会社と取引を行う。彼らは、必ずしも保険の購入者と直接の取引を行わないものの、保険契約の販売、勧誘、または交渉の連鎖において複数の機能を果たす。

17. 監督要件およびアプローチは、仲介人が行う活動の性質、販売する商品のタイプ、サービスを提供する顧客のタイプ、提供されるサービスの性質（例えば、販売が、「アドバイスを伴う」のか「締結のみ」なのか）、および関与する保険会社との彼らの法的関係の性質によって、様々である可能性がある。

2.2. 仲介市場の多様性

18. 個々の管轄区域内の仲介の性質および範囲は、地域の伝統、文化、法体制、言語の違い、および保険市場の発展度合いを含む、様々な要因に影響を受ける。⁸ 一部の管轄区域では、共通の特徴を有するものの、他では著しく異なる運営を行っている。IAIS メンバーの中でも、仲介市場には大きな多様性が存在する。このような不均一性は、仲介市場の構造の多様性と仲介人の多様性という 2 つの主要な側面で顕著である。

19. 様々な市場内で営業する保険仲介人の人数は、管轄区域によって著しく異なる。人数は、保険市場自体の構成により影響を受ける可能性があるが、一部のケースでは、保険会社は特定の商品に対しては特定の販売モデルを好む可能性がある。同様に、商品によっては、一部の顧客は、仲介人を利用することを好むかもしれないし、あるいは直接に保険会社と接触することを好むかもしれない。これらの選好は、保険の商品種目で異なる可能性があり、例えば、一部のケースでは、顧客は、生命保険または投資商品に比べて、損害保険に関しては直接的なモデルを選ぶ可能性が高い。顧客のニーズおよび好みは、市場によって異なる。保険会社は、自社の販売戦略を設定する際には、適切な販売チャネルを決定する上で、これらの要因を考慮する。

20. さらに、個々の市場は、その市場で営業している仲介人のタイプの多様性を理由に、不均一になりうる。⁹ 一部の仲介人は、事業規模およびスタッフの人数の点では大企業であり、他の仲介人は、あまり大きな規模ではなく、個人事業主または中小企業の場合がある。一部の管轄区域では、適用される枠組みにより、仲介人として認められる立場が決定されるものの、上述のように、仲介人は、法人または自然人であろう。¹⁰ 市場でのこのような仲介人のタイプの組合せは、管轄区域によって異なる。

21. IAIS の調査への回答では、仲介人の活動は、損害保険商品などのシンプルなものから、ユニットリンクの生命保険など複雑なものまで、多岐にわたり得ることが確認され

⁸ ICP 18.0.4 参照。

⁹ ICP 18.0.6 参照。

¹⁰ ICP 18 では、エージェントとブローカーの 2 つのタイプの仲介人にも言及する（ICP 18.0.9 参照）一方で、個々の管轄区域ではそれ以上のカテゴリーを用いることが多い。

た。彼らが販売する商品およびサービスの範囲は、広範となったり、または制限される可能性がある。彼らは、リテールの、または非リテールの顧客に商品を販売できたり、もしくは、大口販売または再保険の仲介人にもなることができる。地理的には、仲介人の活動は、集中しているかまたは広範囲に及ぶ可能性がある。

22. 販売チャネルには、伝統的な金融サービスの提供者ではない、多様なパートナー、例えば、自身が販売する主たる商品およびサービスに関連する保険を提供することにより仲介人として行動する、車の販売代理店、郵便局、小売業者および旅行代理店を含みうる。

2.3. 新たな販売チャネルの出現

23. 技術の革新により、顧客の期待および好み、ならびに保険会社および仲介人と顧客との関係の性質が変化している。保険会社および仲介人は、保険のマーケティング、販売およびサービスの提供において、この環境に自身のビジネスモデルを適応させている。仲介人の顧客に対するコミュニケーションは、伝統的な対面でのコミュニケーションおよび遠隔地コミュニケーション（電話でのコミュニケーションおよび印刷物の郵送など）を大きく越えて、電子メール、インターネットのウェブサイト、携帯電話のアプリケーション、ならびにソーシャルメディアを含むオンラインでの「即時」コミュニケーションおよび販売に転換した。

24. 電子商取引の急速な成長は、保険会社によるオンラインでの保険の直接販売の急速な発展に寄与した。また、急速な成長は、免許付与、開示、販売促進、マーケティングおよび広告に関連する要件を含む、伝統的な規制上および監督上の枠組みの妥当性および実効性に関する疑問につながった。新たな販売チャネルが発展するにつれて、監督者は、消費者が適切に保護されていることを確保するよう、新しく出現するリスクに対処するために、自身の規制上および監督上のアプローチを適合させる必要がありうる。例えば、一部の監督者は、オンラインでの特定の活動のタイプについて、それらが顧客に有害な影響をもたらさうリスクがあると考える場合にこれを禁止することを検討した。

25. 他方で、規制および監督は、適切な革新、競争、またはアクセスの容易性、技術の進歩がもたらす効率性および利便性を妨げるべきではない。¹¹ 監督者は、どのような販売チャネルおよび技術的革新が用いられているかにかかわらず、これらの利点と顧客が適切な水準の保護を受ける必要性とのバランスを取るといった難題にますます直面するようになっている。¹²

3. 仲介人監督のアプローチ

3.1. 仲介人監督の特異性

26. 仲介人の監督および保険会社の監督の全般的な目的は調整がなされているものの、保険セクターおよび保険商品のライフサイクルにおける彼らそれぞれの役割、ならびに仲介

¹¹ <http://iaisweb.org/index.cfm?event=getPage&nodeId=25248> で入手できる、IAIS の『事業行為リスクおよびその管理に関する論点書』の中で詳細に論じられている。

¹² 例えば、インターネット販売に特有の開示の説明—ICP 19.5.17 を参照。

市場の特徴などの他の要素から、監督のアプローチにおいて一般的に違いが存在することが分かる。一部、関連する考慮事項には以下を含む。

27. 重点が置かれるのは主に事業行為であり、健全性の問題ではない：保険会社のケースでは、全体的な監督の枠組みは、健全性監督と事業行為監督の適切なバランスをとるべきである。¹³ 仲介人に関する監督上の重点は、通常、事業行為の問題に置かれる。監督者が仲介人の財務健全性に興味を示す限りにおいて、このことは通常、仲介人が効率的に営業できるような適正な運営能力および流動性を確保する目的になる。仲介人が顧客の資金を取扱う場合、監督者は、そのような資金を守るための適切な保護策を要求する。¹⁴ これら財務管理上の要件は、保険契約者に対する契約上の義務を履行することが可能となるよう保険会社に対して課される健全性要件とは異なる。要するに、仲介人監督にリスクベースのアプローチを適用する場合、監督者は、健全性または財務健全性の指標にではなく、行為リスクの指標¹⁵により重点を置くことになる。

28. 異なる当局による監督または1つの当局内の異なる部門による監督：ある管轄区域では、仲介人と保険会社は、異なる当局、または1つの当局内の異なる部門によって監督されている。「2極」の監督モデルでは、行為監督者は、保険だけではなく、広範な商品の仲介を監督するよう要求されることが多くなる。¹⁶

IAISメンバーは、仲介人の監督に責任を有する当局について尋ねられた。

責任の分担は、管轄区域によって様々であるが、回答者の過半数は仲介人を直接監督する権限を有する。一部の管轄区域では、市場行為の当局と健全性の当局が責任を分担している。2つの管轄区域が、地域の通商当局が直接監督の役割を担うと報告した。他の管轄区域は、マネーロンダリングおよびテロ資金供与対策の責任を有する当局でもある別の当局が直接の役割を担うと述べた。数か所の管轄区域は、データ保護の当局、および顧客保護の当局など、その他の当局が各々の観点から責任を分担すると述べた。いくつかの管轄区域では、自己規制組織、または業界団体の中央機関が仲介人をモニターする役割を担う一方で、保険監督当局は、仲介人を監督する権限をもち続けている。数か所の管轄区域では、証券当局もまた監視の役割を担う。

29. 保険会社、仲介人と顧客間の相互関係：仲介の本質は、仲介人が保険会社と顧客／保険契約者の間で「橋渡し役」として行動することを意味する。監督者は、顧客、仲介人、および関係する保険会社の間一般的に存在する3者間関係を考慮すべきである。保険契約者は、保険会社および仲介人双方にとっての顧客である。その結果、全体的な監督枠組みでは、顧客の公正な取扱いを確保するために、これらの相互関係を十分に考慮する必要

¹³ 健全性監督と事業行為監督間のつながりは、IAISの『事業行為リスクおよびその管理に関する論点書』の中で論じられている。セクション2.1を参照。

¹⁴ ICP 18.6を参照。

¹⁵ 行為リスクの指標については、IAISの『事業行為リスクおよびその管理に関する論点書』の中で詳細に論じられている。

¹⁶ 管轄区域内に多数の仲介人が存在する場合、このことは、仲介人の監督の責任がどのように配分されるかに関して影響要因となる場合がありうる。

がある。保険会社と仲介人の監督が異なる当局、または同じ当局でも異なる部門で分担される場合、適切かつ実効的な調整が不可欠である。

30. **プロポーショナリティ**：仲介人のための監督枠組みでは、プロポーショナリティおよび柔軟性の問題を考慮すべきである。多くの場合、管轄区域内で保険会社数よりも著しく多い仲介人が営業しており、その仲介人の多くは、非常に小規模である可能性がある。セクション 2.1 で述べたように、様々な仲介事業の運営の性質および規模もまた、保険会社と比べて、一般に、はるかに多様である。同様に、様々な仲介人により提供される保険商品の範囲および複雑性は、（金融面であまり習熟していないリテールの顧客から、専門家または法人顧客まで）サービスを提供する顧客に様々なタイプがあるため、著しく異なる可能性が高い。プロポーショナリティは、顧客保護の目的から決定されるべきである。

例：オランダ

仲介人は、統制されかつ健全な事業運営を維持できるよう適切な契約を追求することが求められる。すなわち、金融サービス提供者またはその被用者が、金融サービス事業者または金融市場に対する消費者の信頼を損なうような法令違反・不遵守を防止する対策が行われていなければならない。ところが、この要件を満たすことは、仲介人の責任とされ、加えて、どのようにこの要件を満たすかに関しての定めはない（プリンシプル・ベース）。こうした責任が仲介人に課され、またプリンシプル・ベースの要件とされるのは、プロポーショナリティを十分に考慮するためである。対応されるべきリスクは、組織、規模および影響度に応じて異なる。

31. 監督者は、消費者保護を危険にさらすまたは適切な行為要件および法令遵守を損なうことなく、自身の免許付与および監督要件が、小規模または新規の仲介ビジネスへの参入に対し不当な障壁を設けることのないよう、かつ、ひいては顧客の保険保障の入手を制限しないよう、考慮すべきである。

32. 新たな要件が導入される場合、商品およびサービスへの顧客のアクセスが不必要に損なわれることのないよう、移行措置および実施に関して、プロポーショナリティを考慮すべきである。

プロポーショナリティの原則

- 回答した管轄区域の過半数において、法的枠組みが、営業規模および事業の性質を明示的に考慮することはなかったが、多くの管轄区域においては、事業の規模および性質が監督アプローチの中で考慮されている。管轄区域の多くは、リスクベースのアプローチをとっており、より規模の大きい、さらに複雑かつリスクが高い事業に重点を置いている。
- 一部の管轄区域では、法的枠組みにおいて、仲介人の業務の規模および事業の性質を考慮する、相応した（proportionate）監督アプローチが認められている。

33. **ブローカーモデル対エージェントモデル**：パラグラフ12から14で論じた相互関係の性質、および、関係当事者の法的責任もまた、管轄区域における法的枠組みがブローカーとエージェントを区別するかどうかによって決まる。この区別が当てはまる場合、監督枠組み—仲介人の免許付与の枠組み（セクション3.3でさらに詳細に論じている）を含む—が、利益相反との関係も含め、これらの差異を調整する必要が出てくる。

34. パラグラフ29で論じた相互関係に照らして、保険仲介人の行為に関する保険会社の責任に関して、様々な管轄区域で様々な監督上の期待が持たれている。ブローカーとエージェントの区別が適用される場合、保険会社の代わりに行動していると見なされる自社のエージェントの行為について保険会社が責任を担うと見なすことが一般的なアプローチであり、他方で、ブローカーが主に顧客のために活動すると見なされる場合、保険会社がブローカーの行為に関する全責任を引き受けるとは期待されていないことになる。

35. 一部の監督者は、販売がブローカーを通じて行われる場合を含め、仲介人による顧客の公正な取扱いを確保することに関し、保険会社により大きな責任を持たせることで、この伝統的なアプローチを再検討している。これらのケースでの考え方は、保険会社が自社の顧客に商品を販売するために用いる販売チャネルを選ぶというものである。それゆえ、保険会社がそのようなチャネルにより販売された結果に対して少なくとも一部の責任を負い、また保険会社が自社の商品がどのように、および誰に販売されているかに関心を持つことを期待することが合理的であるといえる。同様の理由付けが販売チャネルを用いる仲介人にも当てはまる。この点に関して、保険会社の責任の例には、ブローカーと契約を締結する前に適切な適正評価（due diligence）を実施する責任、ブローカーが保険会社の商品に関して研修を受けているまたは認可されていることを確保する責任、および／または、ブローカーの行為面をモニターする責任（ブローカーに対する顧客のあらゆる苦情をモニターすることを含む）、および、顧客へのリスクを適切に軽減する責任を含む。重要なのは、この移行が仲介人自身の行為の責任を弱めるまたは減じることではないということである。実際、多くのケースで、仲介人と保険会社は責任を分担することになる。それぞれの責任の性質が異なる場合、顧客に対して二重の安全策を提供する、補完するものと見なされうる。

例：カナダ、ケベック州

健全な商慣行に関するガイドラインの下で、監督者は、ステークホルダーへの権限付与に関して、商品およびサービスの提供において、顧客との最初の接触に際し、販売網が当該機関から独立していようとしまいと関係なく、機関が顧客への義務を有し、全ての債務が消滅するまで保持すると述べている。この点に関して、機関は、顧客との契約上の関係の全ての段階で、顧客の公正な取扱いを確保する行為を採用すべきである。したがって、機関は商品とサービスの提供（例：仲介人の選任、契約上の合意、サービス提供のモニタリング）に際し、法令遵守プロセスの統制を確保すべきである。

36. **利益相反の可能性**：¹⁷ 保険会社と顧客の「橋渡し役」としての仲介人の役割を考え

¹⁷ 利益相反は、IAISの『事業行為リスクおよびその管理に関する論点書』の中で詳細に論じられている。セクション3.2参照。

ると、利益相反は、仲介人の行為リスクに内在する原因である。仲介人監督では、利益相反および関連するリスクの特定と管理に特に重点を置く可能性が高い。¹⁸

3.2. 市場多様性が監督アプローチに及ぼす影響

37. 市場の多様性に照らして、監督者は仲介人を様々な方法で分類する。調査回答者の過半数は、自身の規制上の枠組みにおいて、複数の分類の仲介人が営業していると述べた。一部の管轄区域において、エージェントとブローカーの区別は、実施される活動ほどには、あまり関連性がないが、それは、要件が主に活動ベース¹⁹であり、仲介人の立場に関係なく、よりテーマ別のアプローチをとっているためである。行動は、保険セクターにより、保険商品の種目別に、または、顧客のタイプ（例：リテールまたは大口顧客）により、一連の権限に従って判断されうる。別のケースでは、監督要件が仲介人の立場および活動の双方を考慮する。

例：オーストラリア

テーマ別調査の後、オーストラリア証券投資委員会（ASIC）による報告書「報告書 471 号 自動車販売業者を通じた生命保険販売：消費者を乗せる／騙す」は、生命保険を必要としない可能性のある消費者に対し比較的高額で販売されている契約を特定した。検証において、こうした行動をもたらした要因は、消費者に対し請求される保険料額ではなく、保険会社が販売チャネルへのアクセスを得るために自動車販売業者に対して手数料として支払うインセンティブを競うという「逆進競争（reverse competition）」である可能性があると考えられた。検証により、保険料額の最大 50% に相当する手数料が仲介人に払われ、事故率が非常に低い（10%以下）であることが判明した。

38. 分類が異なると、異なる監督上の取扱いの対象となる可能性がある。分類により、具体性または厳密さの程度に差がありうる、法的または規制上の要件の適用を許容する可能性がある。分類は、例えば、顧客に対する義務、または保険会社との関係に関連する債務について要件を調整する際に役立つことが可能である。さらには、分類は、監督者の市場についての深い理解を促進しうる。

例：米国

保険仲介人は、企業または個人として分類されている。州の保険監督官は企業の免許取得を要求するが、それは部分的に、企業の名称が誤解を招かないよう確保するため、役員および取締役の適格性をレビューするため、および企業の法律および規制の遵守状況をモニターする、指定された責任ある仲介人を特定するためである。個人に免許が付与されるが、これは、顧客と直接応対する個人が、保険商品を販売するための最低水準の知識および専門家としての誠実性を備えていることが必須であるためである。このことは、最終的に、保険の販売制度に対する顧客の信頼、ならびに強力で競争力の高い市場

¹⁸ 更なる詳細については、本文書の 4.2.3 を参照。

¹⁹ ICP 18.08 および ICP 18.0.10 を参照。

を促進する。

保険仲介人の免許は、以下の一連の当局によって発行される：変額生命／変額年金；生命；傷害と医療；財産；災害；および個人保険。一連の当局による免許付与は、特定の保険商品のタイプについての最低限の知識水準を確保する。

39. 様々なタイプの仲介人を識別することは、様々なタイプの仲介人および／または様々な活動に付随する行為リスクに応じて、監督上の措置を調整したり、措置の対象とすることで、監督者がリスクベースのアプローチおよび相応性のアプローチを仲介人の監督に適用する際の支援となりうる。

例：カナダ、ケベック州

全ての仲介人（個人および企業）は、1つ以上のセクターまたはセクター内のクラスで営業するための証明書または免許を保持しなければならない。

証明書は仲介人が活動を認められているセクターまたはセクター内のクラスに交付される。同じことが、個人が活動するために連携しなければならない企業にも言える。

セクターおよびセクター内のクラスとは：個人の保険（傷害および疾病保険）、個人のグループ保険（グループ保険制度およびグループ年金制度）、損害賠償保険（個人種目の損害賠償保険および企業用種目の損害賠償保険）ならびにファイナンシャル・プランニング（業務）である。

この分類は、全ての仲介人が自身の顧客に適切にアドバイスし、保険商品を販売するのに必要な技術および能力を持つことを確実にするのに役立つ。この制度を通して、所与のセクターまたはセクター内のクラスの活動に最適となるよう、資格、継続教育、および責任が調整され、その結果、金融市場監督局（AMF）によるさらなる監督上の効率性を可能にする。

要するに、分類は AMF が以下を行うことを可能にする：

- 1) 法令遵守のための事前のアプローチからも、検査業務の大部分を高リスクの企業または高リスクの問題に集中させ、このことは、包括的であるが、要求される場合、クラスに特有でもある（例：強制的な試験および教育、継続教育要件、教育の取組み、強制的な登録、分類）。
- 2) 規制上の枠組み、もしくはテーマ別または通常の検査の過程で特定された、包括的またはクラスに特有の欠陥を示すために、必要に応じて監督上のマトリックスを順応させる。

3.3. 免許付与および免許付与の要件

40. 免許付与の要件は、仲介人の監督の根幹を成すものである。ICP 18.1 では、「監督者は、保険仲介人が免許付与されることを要求されるよう確保する」としている。²⁰ 免許付与の要件は、仲介人が市場に参入する際に遵守すべき条件を定め、その多くは、継続的に遵守されることが期待されている。免許を付与されるためには、仲介人は所定の要件を満たさなければならない。²¹

41. 免許付与の分類を決定する際、監督者は通常、仲介人の性質および／または仲介の対象となる業務を考慮する方法で行う（上のパラグラフ 26 から 39 の議論を参照）。

42. 上のパラ 30 で述べた通り、一般に、保険会社数よりも著しく多い仲介人が管轄区域内で営業することになり、このことが監督者にとっての難題となりうる。そこで、免許付与は、市場およびその参加者の立場および活動についての具体的な情報を監督者が得て、市場および参加者に関するより良い知識を持てるようにすることで、監督者にかなりの優位性を与える。このことは、特に、保険会社が免許を付与された仲介人とのみ業務を行うことを許されている場合、監督者が多数の仲介人を取扱う際に、監督者を支援しうる。

43. 一部の管轄区域では、仲介人の免許付与は、監督者ではない他の機関により実施される可能性がある。多くの場合、管轄区域では、電子的免許付与のシステムを用い、適切な記録保持および相当数の仲介人のモニタリングを確保するために登録を行う。

例：

フランス：全ての保険仲介人は、ORIAS (*Organisme pour le registre des intermédiaires en assurance* 保険仲介人の登録機関) によって登録されなければならない。登録されるためには、保険仲介人は、適格性要件を満たし、専門職業人賠償責任保険を付保され、金銭的保証を有すなど、いくつかの条件を満たさなければならない。これら全ての条件は、仲介人の登録の際に、ORIAS により確認される。

さらに、保険会社は、登録された仲介人とのみ、もしくは、サービスの自由または設立の自由に基づいてフランスで働く仲介人とのみ業務を行う義務を負う。

米国：州の保険監督官は、全米保険監督官協会および全米保険募集人登録機構を通じて、保険仲介人への申込みが行われる電子的免許付与システムを管理する。免許付与のプロセスは、自動化されている。これにより、申請者の専門職業上の誠実性に潜在的な問題が見られる申請に州が免許付与のリソースを割当ててることを可能にする。

電子的免許付与システムの一環として、州の保険監督官は、申請者にテストセンターへのアクセスを提供するために、第三者の検査業者と提携した。また、テストも電子的に運営されており、手動による介入の必要性を排除している。

最後に、免許を持つ仲介人全ての人口統計学上および免許付与に関する情報を含む全国的データベースが管理されている。免許を持つある仲介人がある管轄区域において規制

²⁰ ICP 18.1.1 に述べた通り、一部の管轄区域では、「認可」または「登録」のような他の用語またはプロセスが「免許付与」の代わりに使われる。

²¹ ICP 18.1.5 に例が含まれている。

上の措置の対象となる場合、当該仲介人が免許を持つ他の全ての管轄区域に電子的に通知がなされる。

44. 一部の管轄区域では、付随的に活動する仲介人²²に対する免許付与につき別個のまたは簡素なアプローチを取る可能性がある。例えば、付随的な仲介は、監督者がこれらの活動を理解することを可能にするために登録が求められる一方で、仲介人に対する一般的な規制枠組みの対象から除外される可能性がある。特に、単純、または、例えば保険料水準または商品特性に照らして顧客にごく小さなリスクしか負わせないと認められ得る商品を販売する場合には、こうした例が当てはまるかもしれない。また他の一部管轄区域では、付随的にのみ保険を販売する個人または事業に対し、別個の免許付与および規制の枠組みを構築している。こうしたアプローチは、当該枠組みの守備範囲の狭さや特徴を踏まえつつ、消費者を保護し十分な防護策を講じる。こうした場合には、例えば知識および能力につき、最低要件が課される可能性がある。一般的には、仲介人は、販売する商品がリスク性を有するまたは最低基準を上回る保険料の場合には、こうした別個の枠組みの対象になりえない。

IAIS メンバーは、付随的な業務として保険を販売するために免許が要求されるかどうか尋ねられた。

- いくつかの管轄区域は、付随的な業務として販売される保険は、条件を満たせば免許／登録の要件を免除されると回答した。
- 他の管轄区域は、そのような業務は免許／登録を必要とするが、このことは、異なる要件の対象となる可能性があるとした。
- その他の管轄区域では、例えば以下の場合には免許は要求されない：
 - 保険が、供給される主要な商品またはサービスを補完するものである。その場合、提供された商品に関する知識の裏付けがあれば十分となる。
 - 仲介人としてのその人物の業務が、他の一部の事業に付随しており、また、その人物により販売された商品またはサービスの保険に限定されており、ならびに、保険の販売が、財またはサービスを提供する契約の一部である。
 - ある保険会社が、付随的な販売者である無免許の販売員を通じて商品を販売する。その場合、商品を説明し、保証の性質を明記し、免責も明確に説明する販売指針を起草しなければならない。この指針は、保険商品の取引の前に、顧客に提供されなければならない。
 - 主たる業務が保険の仲介ではない人物が保険の手配をする（当該人物により提供される財またはサービスの損失または損傷のリスクをそのような保険がカバーする場合）

²² 非保険の財またはサービスに係る、主要な事業活動に関連して、保険が提供される場合。

例：オーストラリア

オーストラリアでは、損害保険を販売する者は、所定の条件を満たせば、保険会社に代わり損害保険を取り扱う仲介人として、免許を保有しまたは正式に指名される必要がない。仲介人による金融サービスの提供に関し求められる消費者保護施策（適切な開示および紛争処理の仕組み提供を含む）に対しては、引き続き保険会社が責任を負う。

45. 仲介人監督の一般的な枠組みの場合のように、監督者は、現行のビジネスモデル用の自身の免許付与の枠組みが、例えば電子商取引の成長に照らして、発展中の新しいビジネスモデルに順応するかどうか、検討するべきである。セクション 2.3 で論じたように、伝統的な規制上および監督上の枠組みは、免許付与を含む、保険販売の変化するモデルに順応する必要が出てくる可能性がある。免許付与の要件は、比較ウェブサイト、オンラインでのビジネスモデル、電子ツールの利用といった特定のビジネスモデルにとって、有用となる可能性がある。

3.4. 直接的監督

46. ICP 18.2 で述べられているように、「監督者は、その管轄区域で免許を付与された保険仲介人を継続的な監督上のレビューの対象とすることを確保する」。この継続的なレビューは、オフサイトのモニタリング、立入検査、または他の監督上のツールを含む、様々な形式を取る可能性がある。オフサイトのモニタリングは、監督上の報告、苦情分析、および他の形態の情報などを含む可能性がある。オフサイトのアプローチと立入のアプローチとの間のバランスは、一般に、市場内の仲介人の人数、彼らの活動の性質、規模、および複雑性、ならびに、監督者のリソースに影響を受けることになる。監督者は、継続的な監督において、より後手に回るアプローチ²³とは対照的な主に積極的なアプローチを適用するかどうか決定する場合に、これらの要素も考慮する可能性がある。継続的な監督のレビューは、正式な免許付与要件の継続的な遵守を評価するべきであり、また仲介人の行為および顧客の取扱いというより広範な面でのレビューにまで広がる可能性がある。

3.4.1 監督上の報告

47. 複数の監督者は、仲介人に対して、少なくとも毎年、仲介人の業務の様々な側面に関する報告を提出するよう要求する。要求される報告書には、これらに限られるものではないが、財務報告、仲介する保険の区分に関する報告、販売した商品のタイプ、取引先、報酬、保険金支払い、苦情、免許付与または他の要件の全般的な遵守状況を含みうる。そのような報告書は、適用される要件の遵守状況の確認および市場の反応の監視のために、直接的に利用される可能性がある。

例：南アフリカ

金融サービスプロバイダー（FSPs）は、特に、関係する場合、コンプライアンス報告書、財務諸表、監査報告を FSPs 登録機関に提出し、また、主要な人物および代表者に何らか

²³ 例えば、仲介人の行為に関して苦情を受けた後で、現地視察を行うまたは情報を求めるなど。

の変更があれば、FSPs 登録機関にその旨通知するよう要求される。FSPs は、十分かつ適切な会計記録を継続して維持するよう要求される。顧客の資金を受領または保有する FSPs は、登録機関に対して、監査人がまとめた報告書を提出しなければならないが、そこには、顧客の代わりに保有している金銭および資産が、年間を通して FSP の事業のものから分離してあること、監査の過程で特定された不遵守、および登録機関から要求される他のあらゆる情報が含まれる。純粋な投機家以外の FSPs はコンプライアンス担当役員を任命しなければならない。FSPs のリスクが高くなればなるほど、登録機関へのコンプライアンス報告書提出の頻度をさらに増やさなければならない。コンプライアンス担当役員もまた、適格性要件を遵守しなければならない。

48. 特定の報告書は、監督者が、自身が責任を負う仲介市場について理解する際の一助となりえ、また、場合によっては、立入検査またはテーマ別検証の際に、さらに詳細に調査したいと望む可能性のある（優れた、または、不十分な可能性のある）実務を特定する一助となり得る。

49. その他のケースでは、仲介人は、定期的な報告は要求されないものの、免許付与の段階で提供した主要な情報に関連する何らかの変更があれば、報告するよう要求される。定期的な報告が要求されない場合、他の情報源が、監督プロセスに有用なインプットをもたらさう（例えば、セクション 3.4.3 を参照）。

50. 監督者が免許付与要件の遵守状況に関する定期的／継続的報告を要求する場合、監督者は、例えばエージェントとブローカーなど、仲介人のタイプで区別することがある。一部の監督者は、ブローカーにだけ報告を求めることがある一方で、他の監督者は区別をしない。報告要件に、リスクベースのアプローチも適用される可能性があるが、より規模の大きい仲介人、またはより高いリスクの商品を扱う仲介人は、より小規模の仲介人および／または比較的単純な商品を扱う仲介人が要求されるよりも、さらに詳細な情報を要求される。

IAIS メンバーは、仲介人を対象とした報告要件を説明するよう依頼された。

- 一部の管轄区域では、仲介人に定期的な報告を要求しないが、要請に応じた報告を要求することができる。
- 一部の管轄区域では、仲介人に対して、免許の発行時の条件に何らかの変更があれば報告するよう要求する。
- 一部の管轄区域では、監査済み財務諸表、外部監査人報告、受領した手数料／報酬の額などの財務情報、ならびに、ガバナンス、コンプライアンス、および不適切な行為／苦情処理などの他の問題の年次報告を要求する。
- 一部の管轄区域では、エージェントに対して報告を求めない。

51. 報告要件に関して、適切なバランスを見出すことは、監督者にとって難題となりうる。報告された情報は、監督に利用されると期待されるであろう。したがって、報告要件は適

切であるべきだが、同時に、仲介人の規模およびその業務の性質および複雑性を考慮する必要があろう。

3.4.2 苦情の分析

52. 一部の監督者は、定期的に苦情を受け付け、分析する。苦情は、特に、苦情データの傾向を調べる場合、または、指標および期待と比較する上で、行為リスクまたは市場実務に関する貴重な情報源となりうる。増加する、または高い水準の苦情が見られる場合、このことは、仲介人に固有である、仲介人が販売した商品に関連する、または、市場全体の行動もしくは行為のパターンに関連するおそれがある。

53. 苦情分析のために集められた情報には、苦情の数、苦情に係る商品の種別、主張されている苦情の原因、解決率、および／または会社から訴訟を提起したかどうか、が含まれ得る。

54. オンブズマンのデータも、苦情関連の情報源として貴重となりうる。顧客の苦情が監督者ではなく主にオンブズマンにより対応される管轄区域の場合、オンブズマンが受け付けた苦情ならびに発見および解決された問題に関する情報に監督者がアクセスできることが特に重要である。

55. 仲介人の業務または行動に関係する顧客からの苦情とは別に、仲介人と保険会社の間に紛争が生じるおそれがある。それ自体は、顧客に必ずしも影響を及ぼす訳ではないが、このことは、監督者にとって、市場の動向および行為リスクについての情報源となり得る。

3.4.3 テーマ別検証およびその他の形式の情報の活用

56. IAIS の『事業行為の監督のアプローチに関する適用文書』²⁴で強調されたように、監督者は、苦情に加えて、他のタイプの情報または情報源を利用する可能性がある。例として、消費者団体、業界団体、業界または一般メディア、および他の事業行為／顧客保護、規制機関または監督機関からのデータ、またはそれら機関と交換するデータを含みうる。内部告発者、訴訟手続、または、顧客の行動および期待に影響する、一般的な経済上、環境上の要因に関するデータがさらなる情報源となりうる。

57. 一部の監督者は、潜在的な消費者の不利益を発見し、また、仲介人が実際に顧客と取引する方法を監督者が理解する支援とするために、顧客を装った商品の購入を利用する。

58. 広告のモニタリングもまた、監督者が事業行為の違反を発見することを可能にし、ならびに、実務における変化および新商品の開発を特定する際の支援となるため、重要な情報源となりうる。

59. 監督者による市場のモニタリングおよびテーマ別検証は、監督上の報告要件の結果として受領する情報に、補完的な情報をもたらさう。市場のモニタリングは、監督者に、

²⁴ <http://iaisweb.org/page/supervisory-material/application-papers> から入手可能。セクション 3.4 参照。

仲介実務と活動について知らしめる一助となりうる。また、市場のモニタリングは、市場および市場の動向に関するさらなる理解に寄与することができ、また、先を見越したアプローチを用いることで、出現する行為リスクの早期発見の一助となりうる。

例：オーストラリア

ASIC は、保険の事業行為に関する課題につき幅広いテーマ別検証を実施しており、自動車販売業者による保険の販売（報告書 471 号）、住宅保険の販売（報告書 415 号）、葬儀保険の販売（報告書 454 号）等に関するものがある。テーマ別検証により、ASIC は、好事例・悪事例の特定等を通じて市場で起こったことを把握し、保険会社および保険仲介人に対しどのように行為の水準を高めていくことができるかについての提言を行うことができた。追加のテーマ別検証により、ASIC は、こうした勧告が保険会社および保険仲介人により反映された結果としての業界実務の改善を把握することができた。

3.4.4 立入検査

60. 一部の監督者は、仲介人の立入検査を実施する。監督対象の仲介人が多数存在する場合、立入検査が実行される範囲は、リスクベースのアプローチに従うことが多い。一般的に、このことは、例えば、利益相反の可能性が高まっている可能性がある場合、または、仲介される業務の性質がさらに複雑な場合など、リスクが増加している何らかの証拠がある場合に、立入検査またはより頻繁な立入検査が行われることを意味する。不定期の立入検査を行うことは、特に仲介人の人数が著しく多い市場では、監督者が法令遵守を評価する一助となるだけでなく、仲介人にとっての全般的な法令遵守のインセンティブとしても機能しうる。仲介人の顧客基盤の規模および脆弱性もまた、考慮される可能性がある。

61. 立入検査は、監督者がオフサイトモニタリングの一環で特定された潜在的なリスクに関してフォローするのに有用となりうる。

例：カナダ、ケベック州

監督者が要求し、仲介人が提供する情報に従って、リスクのマトリックスが詳細に作成されている。このことは、仲介人が要件を遵守しているかどうか、および、立入検査により検証すべき弱点または情報があるかどうかについての評価を可能にする。また、規制者は、各仲介人の事業行為に関する考え方を知り、また、その進化に配慮することができる。立入検査は、自然に発生するものではなく、リスクのマトリックスの結果に関係している。

3.5 間接的監督

62. 直接的監督および間接的監督は、本文書においてはそれぞれ別個の項で記述されるが、監督アプローチにおいては、しばしばこれらの2者を組み合わせることがある。

3.5.1 保険会社の監督を通じたもの²⁵

63. 仲介人は、監督者に間接的に監督される場合がある。その場合には、保険会社は、仲介人の行為をモニタリングし、監督者に報告する責任を担う。間接的なアプローチは、ブローカーのモデルよりも、エージェントのモデルにより適切かもしれない。このアプローチに従い、監督者は、保険会社に対する自身の立入検査および／またはオフサイトのモニタリングを通じて、仲介人を監督する保険会社の法令遵守状況をレビューする。保険会社と仲介人の監督が異なる当局、または当局内の異なる部門に割当てられる場合、これらの間接的な監督モデルに関して、仲介人の監督者と保険会社の監督者の間での調整が特に重要である。

例：

ドイツ：連邦州は、仲介人の監督に責任を持ち、仲介人監督は、通常、商工会議所に支援される。

専属の仲介人は、保険会社の監督を通じて、間接的にドイツ連邦金融監督庁（BaFin）によって監督される。仲介人を通じた保険商品の販売には、保険会社にとってかなりのリスクが伴うため、それらのリスクの統制および管理は、保険会社のリスク管理において、極めて重要である。そのため、BaFin は、保険会社に対して、早期の発見を促す、適切な統制手段を要求するよう求める。そうでなければ、保険会社および保険契約者は損害から十分保護されない可能性がある。統制手段は、個人の状況、および行われる保険業務のタイプによって決まる可能性がある。

仲介人に免許が必要な場合、保険会社は、それぞれの連邦州の法律に従って、権限ある当局によって認可されていない限り、仲介人とは連携してはならない。保険会社は、何らかの関係を開始する前に、仲介人の登録を調査することでそのような認可の存在を検証しなければならない。当該仲介人が商法に基づく要件を満たすかどうかについて疑念がある場合、保険会社は状況に応じて、仲介人に責任を持つ監督者に通知しなければならない。

米国：保険会社は、一般的に、自社を代表するエージェントを任命するよう要求される。このことは、エージェントの誠実性および専門知識に関するデュー・ディリジェンスを行うよう、保険会社に要求する。さらに、任命の記録は、州の保険規制者に提出される。

インド：インドの保険会社は、免許を持つ特定の人物だけが行う勧誘、AML の研修およびシステム、記録管理など事業の様々な側面をカバーする、企業のエージェントの検査を毎年行うように、および、報告を監督当局に提出するように要求される。

64. 監督者は、情報を集めるために、および、仲介人の活動のある程度モニターするために、保険会社の監督を利用することもできる。

²⁵ ICP 18.2.9-14 参照。

65. 保険会社が消費者の苦情および販売パターンを積極的にモニターする場合、このことは、特定の仲介人に関するものだけでなく、市場全体での不適切行為の可能性についても、考えられる行為の問題を特定する支援となりうる。

例：スロベニア

Agencija za zavarovalni nadzor (AZN) は、保険会社が自社の販売チャネルに付随するリスクを管理する方法（保険会社が、新しい仲介人候補の適格性を確認する方法、仲介人の業績および保険金支払結果を確認する方法、および、基本的な早期警戒指標を特定することを含む）を理解するために、ならびに苦情のプロセスおよび各保険会社に向けられた苦情の性質を理解するために、立入でのレビューを行う。AZN は、特定の販売チャネル／仲介人を参照して、保険契約の解約を確認し、また、仲介人への手数料の流れについても確認する。その後、リスクベースのアプローチが立入検査に用いられる。

3.5.2 自主規制機関経由

66. 自主規制機関 (SROs) は、ある程度の監視を行うことができ、また、仲介人の監督に寄与することができる。²⁶ SROs が存在し、かつ、適切な権限およびリソースを有する管轄区域の場合、その機関は、市場におけるかなり多くの参加者を監督する方法として、および監督者が他のモニタリング業務に専念するのを支援する方法として見られている。

例：英国

英国の事務弁護士規制委員会 (SRA) は、金融行為規制機構 (FCA) が責任を有するものを除き、そのメンバーの特定の活動を規制および監督する権限を持つ、指定された専門機関である。これらの監視活動が実施される条件は、免除される専門企業の資格があり、免除される規制対象の活動を実施し、または、認可された専門企業である SRA のメンバーに関して、SRA と FCA 間の覚書 (MoU) で統制される。当該 MoU は、FCA と SRA それぞれの義務および機能、SRA の監督機能に関する、SRA から FCA への報告、ならびに、2 者間の協力および情報交換を網羅する。

67. 監督者は、SROs およびその活動に対して監視権を持つべきであり、また、自身の全体的な責任を考慮して、最低水準の独立性の確保を含め、SRO の監視責任に関する基準を設定することができる。実際、SROs の監視権は SRO 自身のメンバーを対象としていること、および、そのため、潜在的な利益相反が含まれると見なされうること、を念頭に置いた上で、SROs のアプローチでは、適切な客観性を実証すべきである。SROs の業務を監督上の枠組みとして用いることを可能にするためには、監督者は、SROs の役割および要件が監督基準および指針と整合的であることを裏付けるべきである。加えて、監督者は、SRO の監督者および公衆に対する責任の在り方についても検討する可能性がある。さらに、監督者と SRO のそれぞれの責任は、混乱または不要な重複を避けるべく、明確なものとするべきである。

²⁶ ICP 18.2.15-17 を参照。

68. 一定程度の監視を実施する上で、SROs は、苦情解決の役割を担いうる。また、SROs は、仲介人が高水準の知識を維持する上で役立つ、セミナーの運営など、教育的責任も担いうる。そのような役割が、単なる監督としてというよりは、予防措置として実施される場合、仲介人の行為に対して、極めてプラスの効果をもたらさうる。

3.6 監督上の措置

69. 監督者は、保険仲介人に対して（免許を受けている企業または個人として）²⁷措置を講じることができるべきである。監督措置は、以下等の様々な事項により発動され得る。

- 継続的な免許付与要件の不遵守
- 消費者をリスクにさらす活動または行動
- 利益相反の管理の失態
- 能力または誠実性の不足
- 事業継続をめぐる懸念
- 不十分な方針、手順、記録保持、または文書化、もしくは機密データの取扱いに対する不十分な統制などのガバナンスまたは内部統制の失敗への対応²⁸

70. 措置は、予防的かつ／または是正的なものにすることができ、以下等の様々な態様を取りうる。

- 警告
- 方針および手順の改善
- 消費者への救済措置
- 特定の実務または個人に対する制限
- 免許取消
- 差止
- 課徴金（financial sanctions）

71. 講じられる監督上の措置は、効果的であるのみならず相応性があるべきであり、仲介人は、執行の決定に対して不服申立ての権利を与えられるべきである。制裁は、例えば、最低水準の課徴金が適用される場合、または課された制裁が公表される場合など、抑止力として機能しうる。

72. 監督者はまた、無免許で営業する保険仲介人に対しても措置を講じることができるべきである。無免許で営業する仲介人の早期の発見は、特に消費者に対するリスクを軽減するのに役立つ。

3.7 人材および監督能力

73. 仲介人監督に関する法的権限は、明確であり、かつ監督スタッフおよび市場参加者に、明確かつ十分に理解される必要がある。スタッフは、適正に研修を受け、および、適切な水準の経験および年功を備える必要がある。仲介人の監督は、顧客の公正な扱いに重点を

²⁷ もしくは、保険会社の直接の販売スタッフである場合に、保険会社に対して。

²⁸ ICP 18.7 および関連する指針も参照。

置くため、以下について深く理解することを含む、適切な知識、技術、および能力を必要とする。

- 保険および仲介に係る法律および規制
- 一般的な消費者保護に関する実務
- 保険および仲介のビジネスモデル、商品および実務
- 消費者の公正な取扱に関連する最善の実務およびリスク

74. 仲介人監督の機能への人材確保は、採用するアプローチに左右されることになる。例えば、「直接的」アプローチは（法的および規制上の知識に加えて）、保険業界での適切な経験、商品およびビジネスモデルに関する知識、ならびに、業界全体に出現するリスクを特定するための経済分析および市場分析の技能を備えた、監督スタッフを必要とする。

「間接的」アプローチでは、保険会社または SROs がその監視の役割を行う際の有効性および市場分析により重点を置く可能性がある。

4. 優れた事業行為を促進する監督要件およびアプローチ

75. ICP 19 に反映されているように、事業行為の監督の主要な目的は、契約が締結されるまでとその後契約上の義務が全て果たされる時点までの両方で、顧客が公正に扱われることを確保することである。そのため、仲介人の監督のケースでは、監督者は、商品のライフサイクルにおける販売後の段階で仲介人が担う可能性のある役割を考慮すべきである（セクション 4.6 における議論を参照）。

76. 以下のような他の目的も考慮される可能性がある：

- 保険市場に対する信用および信頼を高めること；
- 消費者が情報を得た上で選択するのを支援するために、保険商品およびサービスに関連する事項の公衆の認識を高めること；保険市場の効率的な運営を促進すること
- 販売される商品が顧客のニーズに合致すること
- 顧客の利益を害する商品の販売の防止

77. 保険の仲介は、保険商品およびサービスの販売において、必要不可欠な機能であるが、顧客は必ずしも高い順位では優先しない。保険の仲介には、有益な情報の提供、および、顧客の財務上のニーズ／リスクを特定するように設計された質問、ならびに、保険商品およびサービスを用いた解決策の熟練した提示を含む。

4.1 最低限の適格性要件

78. 保険の仲介では、保険商品についての知識および経験、ならびに倫理および誠実性を含む、多様な技能を必要とする。監督者は、仲介人のための適格性要件を構築する際には、これらを考慮すべきである。

79. 市場に参入できるために、および、その後営業を継続するために、保険仲介人は、一式の最低限の基準または要件を満たすべきである。ICP 18.3 では、「監督者は、保険仲介人に対して適切なレベルの専門的な知識と経験、誠実性および能力を有するよう要求する」と述べている。このことは、顧客にとって最低限のレベルの保護を保障するセーフティネットを意味する。

80. これらの義務を果たすために何が要求されるかは、管轄区域ごとに異なる可能性がある。また、1つの管轄区域であっても、仲介人のタイプ（立場、仲介する業務のタイプ、仲介人が自然人か法人かなど）によって、要件が異なることはよくある。履行されるべき要件の数に関して、ならびにそれらの要件の厳密さに関しては、多様性²⁹がありうる。一部のケースでは、仲介人の従業員で、勧誘業務で雇われる者も特定の条件を満たさなければならない。さらには、上級管理職および統制部門の主要人物が、さらに厳格な基準の対象となることがよくある。

4.1.1 専門的な知識、経験および能力

²⁹ ICP 18.3.3 参照。

81. 専門的な知識および経験に関する基準の設定では、最低水準の能力を達成することを求める。

82. ほぼ全ての管轄区域において、仲介人は、自身の知識および経験に基づいた能力を実証するよう要求される。このことは、補完的または代替的ないずれかの様々な方法で行われうる。監督者は以下を考慮しうる：

- 業界関連の教育および学位。仲介人は、最低水準の学校教育を受けていなければならないことが多い。仲介人が仲介する、または提供するサービスの性質および複雑性に応じて、彼らは特定の学位または他の正式な資格を有するよう要求される可能性がある。監督者は、受けた教育または資格が妥当であることを求めることになる。
- 専門的資格（一部のケースでは、監督者またはその代理が定めた試験を含む）。資格が「内部」（すなわち、仲介業者によって設定および運営されている）の場合、監督者がその質を検証するのは困難となりうる。
- 継続的研修および／または専門性向上の要件。そのような専門性の向上の内容、ならびにそれに費やされた最短の時間のいずれもが重要である。また、それらの要件が行われた条件も要素となりえ、例えば、対面式の研修は、オンラインまたは通信教育課程と比べて、より効果的であると見なされる可能性が高い。
- 専門的経験または関連分野での他の業務に関連する経験。仲介人の専門的経験をチェックするのは、監督者にとって難題となりうる。就職経験の確認は、有益となりうるが、得た経験のタイプ（例えば、損害保険または商品に固有の経験が該当する）は、必ずしも、監督者が容易に評価するものではない。この理由により、専門的経験の評価は、専門資格の証明書など、他の、より客観的な測定方法が利用できない場合に主に用いられる。
- 関連分野について、所定の期間、監督下で営業するまたはインターン／実習生の形で営業するよう要求すること。

83. 能力の実際の証拠を得ること、およびその妥当性および適切性を評価することは、監督者にとって難題となりうる。この点について、監督者が参照できる情報には、継続的専門性開発（CPD）の記録；業績評価の証拠；職歴を含む、以前の雇用者からの信用照会状、資格およびその妥当性；職場でのおよび他の社内研修の証拠が含まれうる。

例：インド

適格性要件は、仲介人のタイプ、すなわち、エージェントであるかブローカーであるかに基づいて設定されることが多い。また、エージェントが個人か、または法人かによっても区別される。企業のエージェントおよびブローカーのケースでは、資質が高く、かつ経験を備えた保険の専門家であるべき首席役員はさておき、保険の勧誘業務のために雇用されている、指名された全ての従業員も、所定のシラバスに基づく必要な時間数の研修を受けるように、および、試験に合格して免許を受けるように要求される。

個人のエージェントのケースでは、以下を規定することが標準的な実務である：

- 最低限の学歴（例えば、大学入学前の過程）；

- 所定のシラバスの一定時間（約 50-100 時間）の研修；
- 保険教育に特化した専門機関により実施される、テストに合格すること；および
- その後の、免許の更新、または継続的専門性開発のための、定期的な研修および／または試験の要件。

ブローカーのケースでは、首席役員は以下を求められる：

- 保険の専門資格で学位を受ける
- 所定のシラバスを約 100 時間など、一定時間の理論的および実務的研修を受ける；および
- 特定の専門機関により実施される試験に合格する

首席役員に加えて、ブローカーの代理で保険の勧誘およびあっせんに責任を持つ、ブローカーのあらゆる従業員も、研修を終え、所定の試験に合格しなければならない。

知識および経験についての要件は、免許の種類および仲介人が認可を受けている事業種目、または、認可を受けている商品の複雑性によって、様々となりうる。例えば、1人のエージェントに医療保険のような追加の事業種目を認可することは、医療保険に関する追加の 25 時間の研修、および認定が規定される可能性がある。

84. また、仲介人は、自身の知識を最新のものに維持し、新しい、出現し発展する商品を含め、自らが担当する市場セグメントにおける変化について常に念頭に置くべきである。市場で提供される商品全てを理解することは、一般的には要件ではないが、仲介人は少なくとも、自身が仲介する商品について、およびそれらのあらゆる重要な違いについて、十分な知識を持つべきである。

85. 能力に関する要件が維持されていることをどのように検証するかが監督者にとっての難題である。検討のためのアプローチには、仲介人（または、一種の仲介人）に対して、関連する専門機関により運営される CPD プログラムに参加するよう要求すること、関連する商品種目に関する定期的な「リフレッシュ」研修を受けるよう要求すること、その経営陣（または、エージェントの場合は保険会社）に、時々仲介人の継続的な能力について認定するよう要求すること、ならびに、仲介人が商品（販売された新商品を含む）について、それらを販売する許可を得る前に、適格であることを保険会社が確保するよう要求することが含まれる。

例：カナダ、ケベック州

能力を維持するための監督上のアプローチの1つは、法令遵守、一般的な事務能力および専門分野など、義務付けられる分野での、期間ごとの特定の継続的な教育時間に関する法定要件である。監視は、義務付けられた申告制度を通じて行われることになる。要求された継続教育時間の獲得に失敗する、および／または、要求される期間内にその失敗について申し損なうことは、そのような時間が完了するまで、免許を一時停止するきっかけとなる。

4.1.2 誠実性

86. ICP 18.3.6 で言及されるように、誠実性は、正直で信頼性があり、開放的であり、信頼でき、頼もしく丁寧であり、不正な利益をあげず、不適切な義務を意味するおそれのある贈り物の授受をしないという、個人の資質に関係する。

87. 監督者は、仲介人として行動する個人が、誠実性を要求する内部方針および手続き、または、専門団体の倫理基準のいずれかの対象となるよう、要求する可能性がある。こうした要件は、規制または法律により設定される場合がある。

例：欧州連合

EU の保険販売業務指令（IDD）は、顧客とまたは顧客のために保険仲介を行う場合、保険仲介人は、自身の顧客の最善の利益のために、正直、公正、および専門的に行動すると規定している。

88. また、監督者は、仲介人が遵守する行動規範を規定し、当該規範は保険仲介人とその顧客間での様々な分野の取引を規定する可能性がある。また、規範は、例えば、自主規制（強制的でない）の取組みとして起草される可能性がある、または拘束力のある規制要件の形式をとる可能性がある。

89. 監督者は、仲介人が、開始段階および継続的要件の双方で、自身の従業員または代理人に関する背景情報のチェックを行うための制度および手続きを備えていることを求める可能性がある。監督者は、監督プロセスの過程で、仲介人がこれらの制度および手続きに従っていることを検証し、また、それらが最新状態であることを維持するために定期的にレビューする可能性がある。

90. 監督者は、誠実性の欠如を示し、かつ、それにより、仲介人が規制対象の活動に従事する資格を奪う要因、例えば以下を考慮する可能性がある：

- 所管の管轄区域の裁判所により、不正行為で有罪とされている場合。そのような犯罪の例は、窃盗または他の横領、背任、または、偽造があり、また、そのような犯罪を犯すおよび教唆すること、ならびに、そうしようと試みる、または企てることを含むうる。

- 仲介人が他の信頼される立場の資格を剥奪されている（例えば、会社の取締役または受託者の資格を剥奪される）場合；または
- そのような手続きが（管轄区域の法律に則り）係属中である。

91. 一般的に、個人仲介人と法人仲介人の上級管理職および統制部門の主要人物は、この誠実性要件を満たすべきである。仲介人の従業員もまた彼らの役割に、保険の勧誘、交渉、販売が含まれる場合、そのような要件の対象となることが多い。

4.1.3 専門的基準の役割

92. SROs および専門団体の専門的基準は、専門知識、経験、誠実性および能力に関連する監督要件を仲介人が満たす上で、有益となりうる。³⁰ 基準が適用され、かつ監督目的を支援する場合、整合的かつ統一的な方法で規制要件の遵守を促進するツールとして、監督者はそれらを利用することができる。一部のケースでは、特定の仲介人のタイプにとっては、こうした団体のメンバーになることが要件となる可能性がある。

93. 専門団体および SROs は、そのメンバーが遵守すべき、保険仲介における専門的規範および基準を促進しうる。そのような基準には、以下のような分野を含む可能性がある：

- 専門的な倫理性および誠実性；
- 顧客の公正な取扱い
- サービスの基準
- 顧客の最善の利益に留意して行動すること
- 苦情処理
- 顧客データの機密保持；および
- 他のエージェントの業務への不干渉

例：

ナミビア：仲介人は、自主規制機関により発行された行動規範を忠実に守るよう要求される。

中華人民共和国、香港特別行政区：SROs は保険契約者にアドバイスする適切な方法に関するガイドラインを発行する。

カナダ、ケベック州：販売法により、金融安定会議所および損害保険会議所が設立された。両会議所は、メンバー間の規律の維持ならびにメンバーの継続教育および倫理観の監督により、公衆の保護を確保する。ファイナンシャル・プランナーの場合を除いて、両会議所はそのメンバーの専門性の向上を統治する規則を決定する。さらに、各会議所に規律委員会が設立されている。規律委員会は、専門的行為の規則違反をしたとして提出された、代理人に関する全ての苦情を取扱う。会議所を統治する規定は、規制により設定された倫理規範に基づいている。

³⁰ ICP 18.3.13-15 を参照。

94. 業界の規範または他の自主規制手段の不遵守は、SRO（または関連する法令遵守団体）が企業または個人のメンバー資格を取り消す、または、他の懲戒措置を講じる結果となりうる。

95. 専門的規範および基準を作り込むことで仲介人が監督要件を満たすのを支援するにあたり、様々な方法が存在する。一部の専門団体およびSROsが、自身のメンバーによる遵守が期待される、明確で、文書化された方針を用いる一方、他の者は、行動規範のようなよりプリンシプル・ベースのアプローチを用いる。詳細度のレベルは、様々となりえ、また、様々である。

96. また、それらの団体は、仲介人が、（専門資格に加えて）フィナンシャル・プランニングおよびアドバイス、リスク分析、ならびに業界および規制上の発展のような分野で自身に必要な専門的能力を確立し維持する助けとなるリソースを仲介人に提供する上で、役割を担うことができる。

4.2 顧客の公正な扱いを促進する組織上の要件³¹

4.2.1 コーポレート・ガバナンスおよび内部統制

97. ICP 18.4によると、「監督者は、保険仲介人が適切なコーポレート・ガバナンスを適用することを要求する」。優れたコーポレート・ガバナンスは、必ずしも顧客の公正な成果の達成を保証するものではないが、公正な顧客対応を促進するにあたっての基礎的な要素である。

98. ICP 18.4.1で確認されたように、コーポレート・ガバナンスに関する要件は、（本文書で論じられている、多くの要件の場合のように）仲介人の性質および規模、ならびにその業務の複雑性によって変わることがある。

99. 一部の市場参加者の規模が小さいことから、そのような仲介人に対して、より規模の大きい企業に対するような同じ方法で、コーポレート・ガバナンスおよび内部統制を適用することは、適切でない可能性がある。そうは言っても、監督者は、ガバナンスに関する最低限の基準が達成され、また、受容できないリスクが存在しないと納得させられるべきであろう。最優先の目的は、消費者が適切に保護されていることとすべきである。

• コーポレート・ガバナンス

100. コーポレート・ガバナンスは、企業がそれにより管理される枠組みに関連しており、その管理に説明責任を有するそれら企業の役割および責任を含む。当該枠組みには、文化、事業目的および戦略、ならびに、これらが業務が行われる方法および顧客が取扱われた方法に及ぼす効果が含まれる。仲介人の優れたコーポレート・ガバナンスは、顧客の公正な扱いを掲げる文化に基づくべきである。³²

³¹ ICP 18 ならびに ICP19.2 を参照。

³² ICP 7 では、保険会社のコーポレート・ガバナンスを取扱う。この ICP は直接仲介人に適用されることはないが、仲介人の監督者にとっては、有益な情報源となりうる。

101. 優れたコーポレート・ガバナンスは、仲介人において整備されており、かつ、その事業行為を構成する全ての方針および手続きに組み込まれるべきである。ICP 19 中の事業行為の要件は、優れたコーポレート・ガバナンスの概念を支援し、また、仲介人による優れたコーポレート・ガバナンスを目指す適切な事業行為の基準の貢献は、ICP 18.4.2 で具体的に述べられている。

102. 組織の視点から、取締役会（または、同等の上級の主導的組織）の役割は、顧客の公正な取扱いの文化をトップ・ダウン方式で仲介人の方針およびプロセスに組み込む上で、極めて重要である。

103. 優れたガバナンスは、監督者、ならびに、例えば、ガバナンスに関連する事項についての保険仲介人の義務に関して、彼らに対する期待を定める実務指針を通じて、指針を発行する他の当局および機関によって促進される可能性がある。

• リスク管理および内部統制

104. 内部統制とは、報告および統制機能を含む、仲介人の組織上および運営上の構造を統制する、プロセス、方針および行動の一式であり、また、優れたガバナンスの要素である。

105. 仲介人の内部統制のシステムは、十分な人的リソースを必要とし、また、以下等の事項をカバーすべきである：

- 事業行為に関する基準および、それらおよび他の関連する法令の遵守；
- 外部委託された機能の統制；および、
- 妥当な保管および記録の管理（これは、管理されるべきであり、かつ検査の際に利用可能とすべきである）

106. 監督者は免許を発行する前に、主要な分野に関して方針、手続きおよび統制に関する情報を要求する可能性が高い。³³

107. 当該監督者は、新たな、かつ出現するリスク、ならびにそのようなリスクを軽減および管理する方法を検討することを含め、仲介人が自身のさらされているリスクおよび自身が顧客に負わせる可能性のあるリスクについて、定期的な評価を実施するよう要求することができる。

• 機密情報の保護

108. 仲介人は、自身の顧客に関する個人情報を保有する。顧客は、機密情報が機密情報として取り扱われることを期待する。この理由により、監督者は、仲介人に対して、顧客に関する個人情報の保護に関し内部統制を行うよう要求する。³⁴ そのような情報の保護措置は、保険業界への信頼を維持する上で、不可欠である。

109. 適切であれば、監督者は、データの安全性に責任を有する関連当局と連携できる必要がある。

³³ ICP 18.1.5 を参照。

³⁴ ICP 19.12 を参照。

110. 監督者は、方針、手続き、および内部統制が IT の安全性ならびに機密情報の保護を対象とするよう要求すべきであり、それには以下を含む：

- 安全性における重大な違反に関連するリスクを評価する；
- それらの影響を軽減する；および、
- 影響を受ける顧客および監督者に対して、機密保護違反をタイムリーに報告する。

111. 保険会社の場合は、仲介人による優れたコーポレート・ガバナンスも、保険会社が外部委託されたあらゆる業務に対して適切な統制を行うことを示唆する。とりわけ、仲介人がプロセスを外部委託する場合、彼らが保有する個人情報の誤用また不適切な連携を防ぐ十分な安全策が必要である。

4.2.2 利益相反

112. IAIS の『事業行為リスクおよびその管理に関する論点書』で論じたように、利益相反は、特に、例えば情報の非対称性の点から、保険の販売員が購入者より強い立場にいる場合、優れた行為に障壁を生じさせうる。利益相反は、契約関係の最初の時点、契約前の段階および／または商品の有効期間中に生じうる。

例：オーストラリア

ASIC による報告書 470 号「自動車販売店における保険加入：なぜ断るのが難しいのか」は、消費者と自動車販売店において保険を販売するセールスマンとの間に、契約関係が始まる時点において情報の非対称性があることを明らかにした。これにより、消費者は、保険商品の保険料、保障範囲または給付額を認識しないままに、多くの場合には、自動車販売店において提供された情報のみに基づいて加入している。この検証により、利益相反を背景とした圧力販売の手法の典型例も明らかにされた。

113. 保険仲介人は、保険会社と顧客の双方と接触するため、利益相反にさらされる可能性がある。一般的に、利益相反には、仲介人の利益が顧客の利益と相反する場合が含まれ、また、仲介人と、彼らが商品を販売する保険会社の関係に影響されうる。利益相反は、報奨金から（例えば、特定の報酬体系を通じて）、および金銭以外の報奨物から生じうる。利益相反の潜在的な原因は、上で述べた論点書で詳細が論じられている。

114. 特に、仲介人が、商品の設計および価格設定、リスクの引受、または保険金支払査定など、保険の中核機能において役割を担う場合、保険会社と仲介人の関係が、顧客の公正な取扱い（例えば、商品が不当に高い価格である、および／または、顧客の利益ではない）という結果をもたらさないことに監督者は関心を寄せるべきである。

115. 利益相反を評価する際、監督者は、全体像を把握するために、個別の保険会社を含む、販売連鎖全体を参照したいと望む可能性がある。このことは、潜在的な利益相反を生じさせうる圧力が存在する場所を特定する際に、一助となる可能性がある。

● 手続きを通じた利益相反の管理

116. 監督者は、保険仲介人に対し、適切な方針および手続きを通じて、利益相反を特定し、回避または緩和するための妥当な措置を講じることを求めるべきである。³⁵

例：オーストラリア

2014年10月、ASICは、生命保険に関し消費者に対してアドバイスを提供する仲介人についてのテーマ別検証についての報告書413号「リテール生命保険に係るアドバイスの検証」を公表した。本検証により、利益相反が消費者に対して提供されるアドバイスの質および仲介人のコンプライアンス基準に対して明白な影響を与えていることが判明した。本検証により、契約後2～3年以内の生命保険契約の解約率が高いことが判明し、また高い解約率と契約獲得時に高額の手数料を支払うモデルとの間の相関関係があることが分かった。検証されたアドバイスの記録の3分の1は、アドバイスの質に関するオーストラリアの法令を遵守しておらず、こうした助言者に対する報酬のあり方（例えば、契約獲得時に手数料の一括払いを受けるモデルを、ハイブリッド、均等払いまたは手数料なしのモデルと比べた場合）には、顧客が法令に反するアドバイスを受ける高い統計上の可能性があることが判明した。

117. 監督者は、仲介人が利益相反を特定および管理するための堅固な手続きを備えていると納得させられるべきである。

例：

欧州連合：EUの保険販売業務指令は、損害保険および生命保険商品、再保険商品のみならず、保険をベースとする投資商品（IBIPs）も対象とする。この指令の主な目的の1つは、消費者保護を強化することである。指令には、利益相反に関する新しい要件が含まれている。全ての商品に関して、保険販売員は、顧客の最善の利益に従い、正直に、公正に、かつ専門的に行動しなければならない。契約締結の前に、消費者は、保険商品を販売する人物の専門的立場、および、その人物が受け取る事になる報酬の性質について、明確な情報を提供されることになる。保険をベースとする投資商品については、当該指令には追加の要件が含まれる。これは、仲介人および企業は、自身の顧客の利益に悪影響を及ぼす利益相反を回避するため、（相応の）対応（arrangements）を行わなければならないと、また、利益相反を特定する措置を講じなければならないという要件である。行った対応が、損害のリスクが回避されることを確保するのに不十分だとしても、利益相反の一般的な性質および原因の開示が、契約締結の前に余裕を持って行われるように、要件が存在する。

南アフリカ：一般行動規範には、相反の回避、管理および緩和に関するプリンシプル・ベースの要件、ならびに、利益相反の管理方針の維持に関連する、ルール・ベースの要件の双方；開示義務に関する相反；および、特定のタイプの矛盾した報酬、実務および事業モデルの禁止が含まれる。

³⁵ ICP 19.7 を参照。

118. 監督者が仲介人の方針および手続きを入手できることに加えて、監督者は、仲介人が特に、利益相反および苦情処理、ならびに紛争解決に関して、関連する方針および手続きを公衆が入手できるようにすることをグッド・プラクティスとして奨励する可能性がある。

• 開示を通じた利益相反の管理

119. 適切な開示は、消費者が不適正なアドバイスまたは販売を見抜いて反論し、またはこれを避けることを可能にし、利益相反の管理に役立つ。

120. 契約を締結する前に、仲介人は、自身の立場、取引先、保険会社との金銭的關係、仲介人が取扱う保険商品の範囲、ならびに報酬（特別利益も含む）の基準³⁶などに関する情報等の、特定の情報を顧客に開示すべきである。このことで、潜在的な利益相反の判断の目安となることができ、仲介人のアドバイスが、仲介人自身の金銭上の利益に影響される可能性があるかどうかを顧客が判断できるようになる。

例：フランス

保険仲介人は、契約前の段階で、自身の顧客に対して特定の情報を開示しなければならない。仲介人は、保険会社または金融機関（credit institutions）との財務関係を開示するよう要求されるが、これは、当該仲介人が議決権の10%以上またはその企業の資本の10%以上に相当する持分を保有する（またはその逆）かどうかを意味する。保険仲介人は、自身の独立のレベルに関しても情報を提供しなければならない。そのためには、仲介人は、自身が保険会社または金融機関と専属契約に基づいて業務を行っているかどうかについて、顧客に対して詳細を提供する。また、仲介人は、自身が提携する保険会社の数が限定されているかどうかの情報を示し、かつ、自身の提携先の一覧を提供しなければならない。さらに、仲介人は、公正な分析を示すために、市場で購入可能なものから十分な数の契約を分析するかどうかについても開示しなければならない。

121. 投資関連商品に関しては、商品の手数料の仕組み³⁷に関する情報が特に重要となりうる。例えば、フィーおよびコストは、投資に回される資金総額を減じる結果投資リターンを損ないうる。そのような開示のタイミングは、顧客の決断に影響を及ぼす可能性があり、そのため、多くの監督者は、報酬に関する情報および報酬が商品の手数料に及ぼす影響が、特に、投資要素を有する保険商品については、契約前の段階で開示されるよう求める。

122. 調査結果に裏付けられるとおり、開示を通じた利益相反の管理には限界がある。³⁸ 開示に頼ることは、顧客が相反を特定し、それらが自身に不利となりうる様子を理解し、

³⁶ ICP 18.5 では、潜在的な利益相反が存在する場合に、仲介人が報酬を与えられる根拠となる情報の開示を要求する。

³⁷ ICP 18.5.12-18 を参照。

³⁸ 例えば、英国の金融行為規制機構による文書「金融行為規制機構における行動経済学の活用」（2013年4月）では、開示の有効性の低下における、行動上バイアスの影響に重点を置く。当文書は、特に、「行動バイアスは、消費者が新しい情報をどのように取り入れ、理解し、かつそれに基づいて行動するかに影響し、開示の効果を無くしてしまうことが多い。」と述べている。消費者調査ジャーナル（2011年）の中で公表された、Cain、Loewenstein および Moor による文書、「日光が消毒に失敗した場合：利益相反を開示することによる予想に反する結果」では、利益相反の開示は、助言者がアドバイスの受け手が十分に

また、その不利益を回避するよう仲介人と交渉するといった、不当な負担を顧客に負わせるものと見なされうる。監督者が、利益相反に適切に対処するにあたって、開示の有効性を懸念する場合、監督者は、そのような相反を管理するための他の措置の実施を検討する可能性がある。

• 報酬のアプローチ

123. 管轄区域では、仲介人の報酬に関して、様々な要件を導入してきている。一部のケースでは、仲介に直接は携わっていないスタッフの報酬に対しても、要件が適用される可能性がある。³⁹

124. 報酬体系／報酬から生じうる利益相反は、報酬方針を適用している仲介人を通じ、特に、規模の大きい仲介人によって管理できる。そのような方針は、顧客の公正な取扱いを支援するために、報酬体系と報奨金を調整するという目的を持つことになる。例えば、そのような方針は、固定報酬と変動報酬の適切な比率を規定する、または、不相応な賞与または報奨金を避ける制限を適用することができる。

例：オランダ

変動報酬には、一般的な制限がある。これは、年間の固定報酬の 20%以上を超過してはならない。加えて、各企業は、潜在的な利益相反に重点を置く、報酬に関して明文化された方針を備えるよう、要求される。

125. 仲介人（またはエージェントの場合は保険会社）が、個人の業績を評価するために（販売量などの）定量的規準だけでなく、定性的規準（関連する事業行為規則の遵守の程度、適切なアドバイスを確保するために用いられるプロセスの妥当性、および顧客の苦情情報など）を利用することは、報酬および報奨金の戦略が、公正な顧客の結果に寄与するよう支援する手段となりうる。

126. 報酬の支払のタイミングもまた、利益相反の管理を支援するために利用することができる。企業は、仲介人と企業の利益を顧客の利益と一致させるために、支払を延期、または調整することで、不適切な短期の、および即時の報奨金に制限を設けることができる。

例：オランダ

損害保険商品については、顧客の利益を仲介人の利益と一致させるために、手数料をより長い期間に広げる必要がある（速攻の機会ではなく、長期の関係を築く）。

127. 一部の管轄区域では、生命保険および／または投資関連商品の販売に際し、フィーベースのアプローチを選好し、手数料の支払や受取りを禁止すること等により制限を設ける。

割り引いて考えられないほどに、さらに偏ったアドバイスを与えることにつながる場合、逆効果となりうると主張している。

³⁹ 『事業行為リスクおよびその管理に関する論点書』のパラグラフ 71 を参照。

例：オランダ

販売コストおよび報酬に関して義務付けられた透明性に加えて、手数料の禁止が 2013 年 1 月 1 日付で導入された。この禁止令の導入の理由は、仲介人の利益と顧客の利益を一致させることであった。この禁止令は、保険会社および銀行の販売エージェントで、損害保険を除く非 MiFID⁴⁰の金融サービスを販売する者を含め、全ての仲介人に適用される。移行期間中、金融サービスの提供者の多くは、時間給または定額のいずれかで課金するフィーベースのアプローチに自身のビジネスモデルを変更した。アドバイスに係る費用が妥当であることを確保するための、追加的な法令が導入された。この禁止令は、2013 年 1 月 1 日より後に販売された新しい商品にのみ適用されたため、当該日より前に販売された商品、特に、長期デュレーションの保険投資商品について、金融サービス提供者が受領した報酬への影響は限定的であった。

128. 他の数か所の管轄区域では、報酬の上限、または手数料の禁止を整備している。一部のケースでは、強制加入の保険にのみ手数料の上限が適用され、その他、一部のケースでは、商品の区分および保険料の割合で、手数料水準または報酬の上限が決定される。

129. IAIS の様々なメンバーにより確認された、報酬体系に関する追加的なアプローチには、以下が含まれる。

- アドバイスのフィーが課される場合に、アドバイスフィー相当の手数料を減額する；
- 生命保険契約の手数料について、支払いと契約期間を合わせるために、設定した期間にわたり手数料が支払われるよう要求する；
- 報酬体系において、売上高以外の主要な業績指標を考慮する、バランス・スコアカードの枠組みを利用する；および
- 顧客が当該商品を一定期間を超えて保有しなかった場合に、仲介人が手数料の一定割合を返還することが求められる返還条項。

130. 一部の管轄区域では、仲介人が負担した費用、またはサービスの質を示すパラメーターに報酬を結び付けている。

例：

ポーランド：Komisja Nadzoru Finansowego（金融監督庁）は指針を発行しており、それに従って、保険エージェントが保険商品を提案する際に受取る報酬は、負担した費用を考慮して決定されるべきである。さらに、保険会社は、保険エージェントの手数料によって、顧客の金融市場に対する信頼が損なわれないよう確保すべきである。これらの指針の発行に続き正式な法令が施行され、同法は、保険事業者に対し仲介人に対する報酬を保険契約の存続期間にわたり支払う義務を課し、指針よりも厳しく保険会社および仲介人を規制する。

カナダ、ケベック州：損害保険代理人の行動規範では、「損害保険代理人は、パーセン

⁴⁰ 欧州連合の金融商品市場指令

ページベースでのみ支払を受けているのではない場合、提供したサービスを考慮して、公正かつ妥当な報酬を請求かつ受取らなければならない。特に、当該代理人は、自身の報酬を決定する際に、以下の要素を考慮しなければならない：(1)自身の経験；(2)案件に費やした時間；(3)提出された問題の難易度；(4)案件の重要度；(5)引き受けた責任；(6)通常とは異なるサービスの提供、または、特別な能力または迅速性を必要とするサービス；(7)得られた結果。」と規定している。

131. 報酬に対し制限を課す際には、少なくとも当初は、仲介人により提供されるアドバイスおよび他の諸サービスへのアクセスが制限されること等につながりうる、消費者に対する潜在的なマイナスの影響について考慮すべきである。

132. 一部の管轄区域で設定している監督要件の下では、パラグラフ 120 および 121 において述べられたことを理由として、仲介人が顧客に対して報酬を開示する。そのような開示には、絶対値および／または、保険料に対する比率から換算した報酬金額を含む可能性がある。一部のケースでは、例えば、保険料が所定の金額を超過する、または、顧客が開示を要求する場合など、特定の条件下で、開示が要求される。

例：

米国：NAIC の募集人免許付与モデル法は、セクション 18 において、報酬開示に関する規則を規定する：

A.(1)あらゆる保険募集人または当該募集人の関係者が、保険の締結において、または、その締結に関して顧客を代理することに関して顧客から報酬を受け取る場合、その募集人、またはその関係者も、顧客の保険購入に先駆けて、募集人が以下を行わない限り、何らかの報酬を保険会社または他の第三者から受け入れるまたは受取ってはならないものとする。

- a. そのような報酬を募集人または関係者が受取ることになることについて、顧客の書面による同意を得る；および
- b. その締結に関する、保険会社または第三者からの報酬金額を開示している。開示時点で報酬金額が不明の場合、募集人は報酬の具体的な計算方法を開示するものとし、また、可能であれば、金額の合理的な見積もりを開示するものとする。

(2)パラグラフ(1)は、以下の募集人に対しては適用されないものとする：

- a. 保険の締結に関して、顧客から報酬を受取らない；および
- b. 当該保険締結に関連して、募集人を任命した保険会社を代表している；および
- c. 保険の締結に先駆けて、顧客に以下を開示する：
 - i) 締結に関連して、保険募集人が保険会社から報酬を受け取ることになる；または
 - ii) 保険の締結に関連して、保険募集人が保険会社を代理する、および、募集人が当該保険会社のために、顧客にサービスを提供する。

中華人民共和国、香港特別行政区：保険契約者の代理として活動するブローカーが保険会社から報酬を受ける場合に潜在的な利益相反が存在する。香港保険ブローカー連合会および香港專業保險ブローカー協会は、保険ブローカーに対して、保険会社が支払う手数料で、自身のサービスに対する報酬を得ていることを自身の顧客に開示するよう要求し、また、顧客の要請に応じて報酬の詳細を提示するよう要求する、統一の開示基準を採択した。ブローカーは、取引を進められるようになる前に、報酬を受取ることについて顧客の暗黙の同意を得るよう要求される。報酬の程度について尋ねられる場合、ブローカーは、関係する契約の既払（または支払い予定の）保険料の最大比率または最高金額の観点から、当該情報を開示すべきである。報酬が、特定種目の保険に慣習的に支払われる報酬よりも高い場合、開示のためのさらなる措置および明確な同意が要求される可能性がある。

● 利益相反を管理するための他の措置

133. 一部の管轄区域では、利益相反を生じさせかねない、特定のタイプの財務上の利害関係が禁止されている。そのような利害関係には、他の企業との財務上の関係、保険会社またはその提携者からの現金以外の報奨物、仲介人による紹介料の支払い、もしくは、手数料の分担、または、顧客への他の支払い／贈り物が含まれる可能性がある。

例：

インド：保険法のセクション 41 では、顧客に保険に入らせるために特別な利益を供与すること、または、手数料の割戻しが保険料表に従って認められている場合を除き、手数料の割戻しを明確に禁止している。いかなる人物も遵守しない場合、100 万ルピー以下の罰金に処せられるものとする。

カナダ、ケベック州：損害保険のブローカーは、金融機関または金融グループに直接的または間接的に株の 20%以上を保有させてはならない。生命保険および医療保険の分野では、そのような財務上の利害関係は禁止されていないものの、その株式が直接的または間接的に金融機関または金融グループに保有されている場合、20%以上の場合には企業はブローカー企業として持ちこたえられない。

さらに、保険の代理人は、その企業が提携する保険会社にリスクを負わせる場合（例えば、企業の株式を保険会社が保有している）、こうした関係を自身が取引を行う人物に対して開示しなければならない。

米国：顧客に対する特別な利益および割戻しの支払いは禁止されている。しかしながら、ペンおよびメモ帳などの僅少な価値の贈り物の供与は、これらのアイテムの配付が保険契約の購入を条件としない限りにおいて、許可される可能性がある。

134. 利益相反が満足な形で管理されない場合、このことで、仲介人が業務の遂行を断る結果になってしまう。

135. 利益相反が適切に特定され、緩和または管理されていない場合に、必要であれば、監督者が保険仲介人に対して措置を講じることができるべきである。

4.2.3 顧客資金の取扱

136. 仲介人が保持する資金は、保険会社からの給付金または払戻金および／または、顧客からの保険料支払に由来するものである。資金が顧客のリスクにおいて保持される場合、それらは「顧客の資金」と称することができる。

137. ICP 18.6 で要求されるように、仲介人が顧客の資金を取扱う場合、仲介人は、顧客の利益のためにそれらの資金を守る十分な保護策を整備していなければならない。

138. 一部の管轄区域では、仲介人が顧客の資金を取扱うことを認めない、または、奨励しておらず、また、保険料が顧客から直接保険会社に払われるよう要求する可能性がある。他の管轄区域では、顧客の資金の取扱いがより一般的である。一部のケースでは、保険料を仲介人に支払いたいか、または直接保険会社に支払いたいかは、顧客の判断に委ねられる。

IAIS のメンバーの管轄区域における顧客の資金に関する市場実務

いくつかの管轄区域は、IAIS の調査への回答で、そのような実務は損害保険商品に関連する資金でより一般的であると述べた。他の管轄区域には、仲介人の立場という観点から区別を設けているものもある：一部では、ブローカーのみが顧客の資金を保持できるのに対し、他方で、エージェントが保持することが普通で、ブローカーには禁止されることさえある。

調査に回答した全ての管轄区域は、保護策を整備していると報告し、この保護策は、予防措置または問題が起きてから対応する措置のいずれかとなりうる。

139. 予防措置には、分離勘定および、認可銀行で別個の勘定を用いる措置が含まれる。ほとんどの管轄区域は、この措置は顧客の資金と仲介人自身の資金の混在を防ぐための方法であると述べている。一部の管轄区域では仲介人に対し、顧客の資金を取扱う許可を得るために、取り扱いの認可を受ける、または顧客の資金の取扱い者として登録されるよう要求する。

140. 一部の管轄区域では、顧客の資金を取扱う仲介人に対して、最低限度の財務要件を課している。

例：フランス

仲介人が顧客の資金を処理し次第、仲介人は保証金を備えなければならない。加えて、仲介人はその後、顧客の資金の取扱いを認可されたものとして、ORIAS（仲介人の公式登

録簿)により、登録されなければならない。当該保証金の最低額は、115.000€である。

141. 問題が起きてから対応する措置には、有事の際に顧客を保護すること、例えば、仲介人の破産の場合に、顧客の勘定が仲介人の債権者への返済に利用できないように確保することが含まれる。加えて、一部の管轄区域では、仲介人の詐欺または横領の場合に備えて、保証基金を設置した。

142. 一部の管轄区域では、顧客を保護するために、顧客から仲介人に対して保険料が支払われたことをもって、顧客が保険会社に対して当該保険料を支払ったものと見なしている。このことは、顧客ではなく保険会社が、自身の代わりに仲介人が保険料を集金するよう許可することによるリスクを負うことを意味する。しかしながら、このことは逆の場合には当てはまらない。つまり、保険会社から仲介人に保険金が支払われても、顧客に支払われたとは見なされず、支払いを履行した見なされるためには、保険金が実際に顧客に支払われなければならない。保険会社は、仲介人を通じた保険料の集金および保険金の支払いの最終的な責任を負い続ける。

143. あらゆるケースにおいて、顧客の資金の追跡可能性を確保するために、十分な財務システムおよび統制が維持され、かつ、記録が保管され、また監査の対象とされるべきである。顧客の勘定への資金支払いの適時性も重要である。一部の管轄区域では、支払いに期限を設けている。⁴¹

4.3 顧客に対する透明性

144. 顧客の保護および公正な扱いを促進するためには、仲介人が、自身に関する最低限の具体的な情報を顧客に開示することが重要である。⁴²

145. 仲介人の立場に関する開示により、顧客が、その仲介人がブローカーとして活動するのか、エージェントとして活動するのか（すなわち、顧客のためか、もしくは（1社または複数の）保険会社のためか）を特定することができる。この開示により、提供されたアドバイスの何らかの欠点があった、または、仲介人による他の行為で落ち度があった場合に、誰が責任を負うかを顧客が判断できるようにすべきである。エージェントが提供できる商品は、関与する保険会社との代理店契約により、制限される可能性がある。これらの取決めの開示により、顧客は、限られた範囲の商品の中からアドバイスを受けることで満足するのか、もしくは、市場のどこかでより好条件を得られるか、または、より適した商品を得られるか、確かめるために自ら調査したいと望むか、検討することが可能になる。

146. 仲介の連鎖の中に複数の仲介人が介在しうるため、適切な開示は、販売連鎖の中で各仲介人が果たす機能を顧客に知らせる一助となる。

⁴¹ 例えば、英国では、『顧客資産のソースブック (CASS)』に従い、資金が顧客の銀行口座に払い込まれる場合、金融行為規制機構は、ほとんどの状況で、企業が顧客の資金を受理してから翌営業日を期限に、顧客の銀行口座に払い込むことがうまく機能すると見込んでいる。

⁴² ICP 18.5 および関連する指針を参照。

147. 開示の性質およびタイミングは、状況に応じて異なりうるが、仲介人の取引条件、その立場（すなわち、仲介人がエージェントまたはブローカーとして活動するかどうか）、および、仲介人が販売する商品の保険会社との関係について、顧客に知らせるのに十分なものとすべきである。提供される情報は、仲介される保険の性質を勘案して、適切なものとなる必要がある。

例：オーストラリア

オーストラリアにおける巨大自然災害（2009年のビクトリア州での深刻な山火事や2011年のクイーンズランド州における洪水等）に関しては、ASICは、住宅保険の販売に関するテーマ別検証を実施し、報告書415号「住宅保険販売の検証」および報告書416号「自宅への付保：消費者による住宅保険購入の実態」にとりまとめられた。報告書415号は、電話での通信販売（400件の電話録音の検証を含む）による住宅損害保険の販売、オンライン販売、オンライン試算、広告宣伝資料ならびに職員の研修およびモニタリングに関し、検証を行い気づきを得た。報告書416号は、2013年に住宅保険につき照会したまたはこれを購入した消費者を対象とした定性的および定量的な調査に基づく発見をまとめている。ASICの報告書は、住宅保険業界が消費者の契約内容への理解をしっかりと深め、消費者がニーズに合致する商品を購入できるようにしていくために取り得る方策を提示している。

148. 監督者は、情報が最初に口頭で提供された場合、合理的期間内に、文書でフォローアップすべきであると要求することができる。

149. コミュニケーションの様式によって提供される情報の質に違いが生じないようにすべきであり、対面での、およびオンラインの販売チャネルと同様とすべきである。

150. 監督者は、ICP 18.5⁴³に定める透明性および開示の原則が、インターネット、電話および他のデジタルの保険活動、ならびに、伝統的な方法による保険活動まで、等しく適用されるよう、要求すべきである。インターネットで保険商品を提供する仲介人については、それら仲介人のインターネットサイトで、顧客の苦情および／または紛争解決に対応する当局または組織の照会先など、特定の情報を開示すべきである。

151. 多くの監督者は、仲介人が、顧客の署名がされた取引条件のコピーを、条件の合意の確認書として保存することは、優れた実務であると考えている。インターネットを通じて販売された保険のケースでは、顧客は、取引条件を承認し、また承認の電子記録を仲介人が保存することを承認するよう要求されうる。

152. 適切であれば、取引条件には、顧客が仲介人に対して原投資資産を管理する権限を与える、権限付与（mandate）の利用を含みうるが、その権限付与下で与えられる権限の範囲を顧客に特定した上で行われる。

⁴³ ICP 18.5.4では、開示されうる情報を説明する一覧を示している。

153. 立場についての開示は、仲介人が潜在的な利益相反を有するかどうかを顧客が特定することも支援しうる。

4.4 顧客への商品情報の提供

4.4.1 商品の販売促進

154. ICP 19.4では、保険商品およびサービスが、明確、公正かつ誤導的でない方法で販売促進されるよう要求する。このことは、販売促進の資料が顧客が商品について学ぶ最初の機会になることが多いため、特に重要である。仲介人は、時には、仲介人も自作の資料を作成する場合もありうるものの、一般的に、保険会社により作成された販売促進の書類を用いて、商品の販売促進をする役割を担う。⁴⁴

155. 販売促進の資料が保険会社または仲介人によって作成されたかどうかに関係なく、監督者は、仲介人が利用する販売促進用の情報が、正確で、最新の状態であり、かつ、関係する顧客に理解されやすいことを確保するための、妥当な手続きを踏むことを仲介人に期待する。仲介人の役割は主に、消費者に内容を説明し、かかる商品が彼らのニーズに合致するかどうか、またどのように合致するか、消費者が判断する手助けになることである。

156. 仲介人が、販売促進の資料が正確でない、または誤導的であると気付いた場合、仲介人は、当該資料の利用をとりやめ、また、可及的速やかに、その資料を信頼していると認識するあらゆる人物に対して、通知すべきである。仲介人が、保険会社および保険監督者に通知することも、優れた実務と見なされるであろう。

157. 販売促進用の資料は、商品に顧客の関心を持たせるようデザインされることが多いものの、仲介人は、顧客が、管轄区域で要求される商品についての正式な開示の文書も提供されているよう確保すべきである。単なる販売促進用の資料が、商品についての正式な開示の資料の代用とされるべきではない。

IAIS メンバーは、仲介人による広告に関する要件について尋ねられた。

調査への回答により特定された広告に関する監督要件には、以下が含まれていた：

- 情報は、明確で、理解しやすい方法で提示されるべきである。広告では、不正確で、誤導的、または詐欺的な情報を提示すべきでない。不完全性により、もしくは不正実務、信頼できないこと、または財務上の無責任な行為により契約条件を意図的に不実表示することはすべきでない。
- 郵便物、または他の広告では、仲介人の氏名、職業上の住所、登録番号、および関係する保険会社の名前を開示すべきである。
- 電話による販売は、録音しなければならない。
- 広告では、過去の業績は、将来の業績を保証するものではないと示す警告を併せて、

⁴⁴ 商品の販売促進および開示に関する保険会社の監督は、『事業行為の監督のアプローチに関する適用文書』のセクション 4.3 で論じている。

明確に示さない限り、過去の業績を提示すべきでない。

- 広告は、関与する保険会社による事前の承認を必要とする。

一部の管轄区域は、免許の撤回、拘禁、罰金、賠償金、および差し止めなど、不適切な広告に対する、是正措置および予防措置について述べた。

ある管轄区域は、広告に関する具体的な要件は存在しないものの、仲介人は、不正競争に対する法律および規制を遵守するよう要求されると述べた。

4.4.2 商品の開示

158. ICP 19.5は、販売時点で顧客に提供される契約情報のタイミング、提供および内容に関する要件を定めている。

159. 監督者は、顧客が契約を締結する前または締結時に、商品について情報に基づく意思決定を行えるよう、仲介人が契約に関する適切な情報を適時におよび分かりやすい形式で、顧客に提供する合理的な手順を踏むよう要求すべきである。

160. 「適時」がいつであるか決定する際、仲介人は、顧客の意思決定プロセスにとっての当該情報の重要性、および、当該情報が最も有益となりうる時点を考慮すべきである。このことは、顧客が、販売前および販売時点で、適切に情報を得るべきことを意味する。

161. 提供された情報は、不要に長いまたは詳細過ぎることなく、顧客が自身が購入しようとする商品の特徴を理解できるほど十分に明確で、また、自身の要件に合致するかどうか、および合致する理由を理解する助けとなるべきである。保険会社の名前、保険の給付額、契約の免責または除外、保険料水準、満期日、保険料の払込期間、ならびに、支払い遅延または不払いの結果など、主な特徴は目立たせるべきである。顧客の具体的な情報のニーズに影響することになる要因には、以下が含まれる：

- 問題となる契約を考慮した、顧客の知識および経験；
- 契約のタイプおよび全体的な複雑性；
- 当該契約が、他の財およびサービスと紐付けて購入されたかどうか；ならびに、
- 同じ情報が以前、顧客に提供されているかどうか、提供された場合、それはいつか。

例：欧州連合

欧州連合の新保険販売指令の第 20 条に基づき、保険商品の複雑さおよび顧客の属性を踏まえつつ、顧客が情報を得た上で判断できるよう、契約締結前に、アドバイスの有無にかかわらず、保険販売者は、顧客に対し保険商品に関する重要事項を、容易に理解できる様式で提供しなければならない。

保険商品情報文書 (IPID) と称される本文書は、IPID として認められるためには、とりわけ、簡潔であること、明快であること、読みやすいこと、正確であること、および誤導的でないことといった所定の条件を満たさなければならない。

本指令の第 20 条第 8 項に基づき、IPID は、以下の要素を含まなければならない：

- a) 保険商品種別に関する情報
- b) 保険保障の概要（保障される主なリスク、合計保障額、ならびに該当する場合には地理的な保障範囲および保障対象外とされるリスクの概要を含む）
- c) 保険料の払込方法および払込期間
- d) 主な免責事項
- e) 契約開始に際しての義務
- f) 契約期間中の義務
- g) 支払請求の対象となっている保険事故に際しての義務
- h) 契約条件（契約の開始日および終了日を含む）
- i) 契約終了の方法

EIOPA(欧州保険・年金監督局)により策定される標準様式には、消費者テストが実施される。

162. 監督者は、より複雑な商品、または投資関連の商品に対して、特に、関係するコストとリスクに関して、明確かつシンプルな開示に対するニーズが高まるであろうと考える可能性がある。例えば、ある生命保険契約から、他の契約に乗り換える場合、顧客は、既存契約の乗り換えにより生じうる不利益について知らされるべきである。

163. 監督者は、上での考慮事項を勘案した上で、適切な情報が顧客にタイムリーに提供されている証拠を探し求めるべきである。監督者は、この点に関して、文書化および記録保存の適切性を検証する1つの機会として、立入検査を利用可能である。

164. 監督者は、仲介人に対して、顧客が提供される情報を受け取り、理解したという確認書を顧客から得よう奨励する可能性がある。しかしながら、特に、リテール顧客に関しては、そのような確認書が必ずしも当該顧客が全ての契約条件、ならびに契約から生じるあらゆる法的な権利および義務を完全に理解したことを意味せず、それだけでは効果的な開示がなされたことの十分な証拠と見なされない。顧客の商品情報についての理解度を評価するのは困難であり、監督者は、商品情報が、顧客が示した興味に対応し、また、商品に何が期待できるかを顧客が理解する一助となる形で提供されていると納得させられていくべきである。

165. 監督者は、提供された情報の実効性および適切性、ならびに、主要な情報がどの程度説明されたかを判断するために、消費者テストおよび顧客を装った商品の購入などのアプローチを利用する。

4.5 アドバイス

166. ICP 19.6では、「監督者は、顧客が保険契約を締結する前にアドバイスを受ける場合、そのようなアドバイスが、顧客が開示した事情を考慮した上で適切なものであることを確保するように、保険会社および仲介人に対して要求する。」と規定している。ICP.19.6.1の指針では、アドバイスは、商品情報の提供を越えるものであり、また、開示された顧客のニーズに対する商品の適切性に関する提言の提供に、特に関連していると明確にしている。一部の管轄区域では、アドバイス（または何らかの形態での指導）は、保険商品の全範囲に関して、または販売モデルの中の特定の商品タイプに関してのいずれかで、義務付けられている。

167. 一部の管轄区域では、「アドバイス」の明確な法的定義を示すことで、このことをさらに進めている。アドバイスに関する様々な分類または水準も、設定されることがあり、このことは、次に、仲介人の免許付与または能力に関する要件に違いを設けるのに利用される可能性がある。これらの分類は、商品が推奨される前に行われる顧客のニーズ分析の程度を決める可能性がある。比較的シンプルな、またはリスクのより低い商品は、比較的単純化されたアドバイスの過程を通じて販売される可能性があることを想定すると、他のモデルは、関係する商品の複雑性に基づいたアドバイスの水準を区別する。商品のタイプおよびアドバイスを提供する際に必要な分析の詳細さに応じて、顧客の状況に必要な情報は様々となりうる。

168. 多くの監督者は、アドバイスのタイプの区別に加え、アドバイスが提供されるかどうかに応じて、例えば、いわゆる、「締結のみ」または「事実情報のみ」などの販売モデルよりも、より厳格な能力要件をアドバイスを行う販売に設定するなど、異なる要件を設定する。アドバイスが提供されているという事実は、仲介人により顧客に対し明確に示されなければならない。

169. アドバイスの記録が適切に書面化されるよう確保することは、アドバイスの正確性または適格性に関するその後の紛争の発生時に、顧客および助言者の双方に有益な保護を提供する。また、このことは、監督者が監督上のレビューの一環として確認したいと望む可能性のある、関係する仲介人の能力および配慮、および記録保持の質に関する有用な見識を監督者に与える。

4.6 契約期間中の仲介人の役割

170. 顧客にとっての公正な成果を確保するために、保険契約が締結される前だけでなく、保険／契約の期間中も、顧客を支援することが重要である。このことは、契約が締結される前と契約上の義務が全て果たされる時点までの両方で、顧客が公正に取扱われていることを確保するよう、保険の事業行為のための要件を設定する、ICP 19において認識されている。監督者は、この点に関する保険会社と仲介人のそれぞれの役割について、および、商品の契約期間を通して公正な顧客の取扱いの責任がそれら双方の間で適切に分担されていることを、どう最適に確保するかをますます考慮するようになってきている。仲介人の取引条件および販売時点にそれら条件がどのように連携されるかは、販売後の仲介人の継続的な関与という期待を生む上で、重要な要素である。

4.6.1 開示およびアドバイスに関する継続的な責任

171. 監督者が開示およびアドバイスに継続的な責任を定める範囲は様々であり、また、商品の性質および仲介人の取引条件など、多くの要因によって決まる可能性がある。仲介人に販売後の責任が課される場合、監督者は自身の監督上のツールおよび枠組みがそれらの責任の継続的な監督を十分に円滑化することを確認すべきである。

• 継続的な開示

172. 継続的な開示は、仲介人と顧客の関係と、継続的な商品開示の双方に関して、重要である。

173. 仲介人と顧客の間で、継続的な取引関係が存在する場合、または、契約の更新のケースにおいて、取引条件の情報が最初に提供された時点で、仲介人は、その情報を繰り返す必要の有無を定期的にレビューすべきである。これらの条件に関するさらなる開示は、変更があった場合にのみ必要となりうる。

174. 商品に関する継続的な開示について、これは、伝統的に主として保険会社の責任と見なされてきたが、特に、顧客と仲介人の間に継続的な関係が存在する場合には、仲介人の役割も考慮されるべきである。一部のケースでは、監督者は、顧客に販売後の定期的な最新情報、例えば、保険会社が当初顧客に販売した商品の条件および状態についての、通常は毎年提供されるべき文書を提供するよう、仲介人に（保険会社に課されるあらゆる対応する義務に加えて）直接責任を負わせる。仲介人の取引条件に、顧客のニーズおよび状況の継続的なレビューが含まれる場合、このことは、一般に、商品が顧客の変化する要求に引続き適していることを確保するための、継続的な商品情報の提供が含まれることになる（以下の議論を参照）。

例：オーストラリア

オーストラリア金融サービスのライセンス取得者およびその代理人で、リテール顧客と契約する、または継続的な手数料の取決めを有する者は、自身のリテール顧客に、毎年、手数料開示の明細書を提供しなければならない。

• 継続的なアドバイス

175. 商品のタイプによっては、顧客は当初の商品の販売の後に、継続的なアドバイスを必要とする可能性がある。

176. 契約の有効期間中、顧客の状況が、時に大幅に変化する可能性がある。さらに、商品の財務的影響ならびに全体的な経済的状況は時間と共に変化する可能性がある。そのため、一部の監督者は、アドバイスに関する要件は、商品のライフサイクル全体に適用されると考えている。その点に関して、仲介人は、自身と顧客との関係は長期のものになると考えるように、および、顧客の短期的な期待または、アドバイスを提供する短期的な動機のみ重点を置かないように奨励されている。このことは、特に、契約の更新のケースで極め

て重要である。

177. 監督者が、アドバイスの提供を継続的な責任であると考え、販売時点で生じる、利益に対する合理的な期待が、その後には充足されないというリスクを軽減するのに役立つ。監督者は、少なくとも特定のタイプの商品に対して、その商品の契約期間中の継続的なアドバイスの提供に関して、要件を設定することを検討する可能性がある。そのような要件は、保険会社または仲介人に適用されうる。そうする要因としては、一部の商品は長期的に継続的なアドバイスを必要とする可能性があるところ、当該商品を販売した仲介人の事業計画の範囲外となる可能性があるからである。

例：カナダ、ケベック州

販売法および倫理規定に従い、仲介人は自身の顧客との取引関係において、正直かつ誠実性を持って行動しなければならない。仲介人は、能力および専門的誠実性を持って行動しなければならない。仲介人の認定証の有効期間中、仲介人は、自身の顧客または、あらゆる見込み顧客に関して、有能さおよび勤勉さを実証しなければならない。仲介人は、自身の顧客に、与えられた権限を報告しなければならない、また、当該権限を入念に遂行しなければならない。

これらの規則によれば、仲介人は、自身の顧客に継続的なサービスを提供しなければならない。このサービスは、仲介人が顧客に販売した商品のタイプによって決まるが、契約が満期になるまでは引続き存在する。

そのため、例えば、仲介人が退職する場合、そして、販売した契約についての、フォローアップに関する義務をもはや満たすことができない仲介人は、別の認定仲介人がこれらの義務の担当に配属され、より具体的に言うと、顧客にサービスを提供するよう確保しなければならない。

さらに、ケベック州では、保険契約は、販売後にアドバイスが必要な場合に正規に免許を受けた仲介人からサービスされなければならない、また、当該顧客は、契約を販売した仲介人が退職または離職した場合に、「ひとりぼっち」のままにされてはならないことを保険会社と仲介人に対して再認識させる通知⁴⁵を発行した。

4.6.2 保険金支払管理

178. リテール顧客は、保険契約から生じる法的権利および義務について、ごく限られた知識しか持っていないことが多い。公正な苦情処理は、保険会社の主たる責任であるものの、一部の監督者は、仲介人に対しても役割を担うよう期待する。例えば、一部の管轄区域においては、保険契約が締結される前に、保険契約者が保険金を請求できる条件、および保険金請求を行う際に利用する事務手続きおよび連絡先を含む、保険給付請求の権利について、仲介人が顧客に知らせるよう要求される。

⁴⁵ 「個人契約の保険に基づいて顧客に提供されたサービスに関する、代理人および保険会社の義務に関する通知—ひとりぼっちの顧客」 (<http://www.lautorite.qc.ca/files/pdf/reglementation/distribution/avis/2013may23-notice-orphanclients.pdf> を参照)。

179. 関係する商品のタイプまたは保険金請求、および取引条件によっては、仲介人は、顧客に保険金請求が発生した時点で、保険金の請求およびその終了まで顧客を支援するよう要求される可能性もある。多くの管轄区域において、保険金請求処理に関連するサービスは、仲介人が顧客に提供するサービスの一部となっている。

180. 保険金支払いが仲介人に外部委託される場合、そのような外部委託の取決めは、公正な顧客の取扱いを裏付けるべきである。監督者は、特に、かかる仲介人がアドバイスも提供する場合に、仲介人と保険金請求者間のあらゆる利益相反が適切に管理されていることを確認したいと望むことになる。一部のケースでは、例えば、潜在的に相反する、利益分配のタイプの取決めを禁止することで、保険金請求を保険会社の代わりに処理する仲介人が得ることができるタイプの報酬に制限を設けている。保険金請求プロセスに関連する仲介人と保険会社それぞれの責任を明確化し、また、保険金支払結果の正確性および公正性の最終的な説明責任が、引続き保険会社にあることを明確にするために、注意が払われるべきである。

4.6.3 苦情処理

181. 保険契約の締結前に、保険会社または仲介人は、適宜、リテール顧客に対して、苦情処理に関する取決めを含む、苦情を申し出る権利について知らせるべきである。これらには、仲介人に対する苦情をどのように申し出るべきか、ならびに、関係する保険会社の社内の紛争処理の仕組み、または、独立した紛争解決の仕組みの存在を含むべきである。

182. ICP 19.10に従って、監督者は、仲介人が、タイムリーかつ公正な方法で苦情を処理するための方針およびプロセスを整備するよう要求する。

183. セクション3.4.2で述べたように、苦情の分析は、仲介人または保険会社の事業行為の質に関する重要な指標となりうるため、有益な監督上のツールになりうる。仲介人は、自身の行為または仲介人が販売する契約の保険会社に関連する苦情を受ける可能性がある。