

保険募集人資格が必要となる行為はどのような行為か(保険募集の定義)

平成21年6月、金融審議会金融分科会第二部会・保険の基本問題に関するワーキング・グループから「中間論点整理」(以下「中間論点整理」といいます。)が公表されました⁽¹⁾。そこで挙げられた論点は、保険募集から保険金支払いまで多岐に渡りますが、これを見ると、保険募集規制の在り方に関わる問題(情報提供義務、適合性原則、ブローカー制度等)が多く含まれています。これらの保険募集規制は、主として保険募集人に適用されるものですが、どのような行為を行う者が保険募集人となる必要があるか、言い換えれば、どのような行為を行う者に保険募集人の資格が必要となるかについては、しばしば争いになるところです。そこで、本ニューズレターでは、保険募集規制適用の出発点となる保険募集人資格の要否について説明したいと思います。併せて、保険募集人の資格に関連して古くから議論されている「紹介代理店の登録問題」についても説明したいと思います。

1. 保険募集人資格の要否

(1) 保険募集を行うには一定の資格が必要

保険業法では、保険商品及び保険募集の形態ごとに保険募集ができる者が規定されており(生命保険募集人・損害保険募集人・保険仲立人)、それらの者以外の者が保険募集を行うことを禁止しています(保険業法275条)。加えて、それらの者のうち、生命保険募集人、損害保険代理店及び保険仲立人には登録義務(保険業法276条、286条)、損害保険代理店又は保険仲立人の役員又は使用人には届出義務が課せられています⁽²⁾。つまり、保険募集を行うには、これらの登

録又は届出(以下、これらの資格を総称して「保険募集人資格」といいます。)が必要ということになります。

(2) 保険募集人資格が必要となる行為はどのような行為か⁽³⁾

保険募集人資格が必要となる「保険募集」とはどのような行為をいうのでしょうか。保険業法において、「保険募集とは、保険契約の締結の代理又は媒介を行うことをいう」と定義されています(保険業法2条26項)。ちなみに、ここでいう「代理」とは、保険会社の名において保険会社のために保険契約の締結を行うことをいい、「媒介」とは、保険会社と契約者との間の保険契約の締結へ向けて仲介・斡旋することをいうと解されています。

では、保険募集の定義でいう「保険契約の締結の代理又は媒介を行うこと」とは具体的にどのような行為をいうのでしょうか。従来から、上記の定義に「媒介」が含まれている点等から、「保険募集」には、保険契約の締結に至るまでの勧誘行為といった間接的な行為も含んでいると解されていました⁽⁴⁾。

もともと、上記解釈だけでは判断基準が不明確であるとの指摘(例えば、後述の平成15年12月4日付金融イノベーション会議による提言)等があったことから、平成16年6月30日付で事務ガイドライン(現在の保険会社向けの総合的な監督指針(以下「監督指針」といいます。))に該当するものが改正され、保険募集人資格が必要となる行為として、以下の行為が明記されました(監督指針Ⅱ-3-3-1(1)②ア～エ・Ⅱ-3-3-5(1)②ア～エ)。

本ニューズレターの執筆者



たきもと とよみ
滝本 豊水
カウンセラー
弁護士



やまもと けいた
山本 啓太
アソシエイト
弁護士

本ニューズレターは法的助言を目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、弁護士の助言を求めて頂く必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆者の個人的見解であり、当事務所又は当事務所のクライアントの見解ではありません。

西村あさひ法律事務所 広報室
(電話: 03-5562-8352 E-mail: info@jurists.co.jp)

保険募集人資格が必要となる行為

- ア. 保険契約の締結の勧誘
- イ. 保険契約の締結の勧誘を目的とした保険商品の内容説明
- ウ. 保険契約の申込の受領
- エ. その他の保険契約の締結の代理又は媒介

なお、「エ.その他の保険契約の締結の代理又は媒介」は、いわゆるバスケットクローズと呼ばれる条項です。ここには、保険設計書の提示及び保険料の算出・提示、申込書の作成、保険料領収等が含まれると解されています。

(3) 保険募集人資格が必要ない行為はどのような行為か

上記監督指針においては、保険募集人資格が必要な行為とともに、「一連の行為の中で当該行為の位置付けを踏まえた上で総合的に判断する必要があるが、例えば、次に掲げる行為のみを行う者は、基本的に上記登録又は届出は不要である」として、「基本的に」保険募集人資格が不要である行為も明記されました(監督指針Ⅱ-3-3-1(1)②注(ア)～(ウ)・Ⅱ-3-3-5(1)②注(ア)～(ウ))。保険募集人資格が「基本的に」不要であるとされた行為は、以下の通りです。

保険募集人資格が「基本的に」不要とされた行為

- (ア) 保険募集人の指示を受けて行う、商品案内チラシの単なる配布
- (イ) コールセンターのオペレーターが行う、事務的な連絡の受付や事務手続き等についての説明
- (ウ) 金融商品説明会における、一般的な保険商品の仕組み、活用法等についての説明

「基本的に」不要であるという表現が使用されているのは、上記(ア)から(ウ)の行為について無条件に保険募集人資格が不要とされたわけではなく、「一連の行為の中で当該行為の位置付けを踏まえた上で総合的に判断する必要がある」、つまり同じ行為を行う場合も、事情によっては、保険募集人資格が必要となる場合があることを表しているからです。

ここで上記(ア)から(ウ)の行為について、少し具体的に説明します。

「(ア) 保険募集人の指示を受けて行う、商品案内チラシの単なる配布」とは、例えば、保険募集人資格を有する銀行員の指示に基づいて、保険募集人資格を有しない銀行員が商品案内チラシを配布する行為をいいます。これに対して、例えば、「この商品は元本保証商品ですので安心です」等と言いながら配布する場合は、「単なる配布」の範囲を超えますので、保険募集人の登録が必要な行為ということになります。

次に、「(イ)コールセンターのオペレーターが行う、事務的な連絡の受付や事務手続き等についての説明」とは、コールセンターにおいて、特定商品についての資料請求の申出を受付ける行為や契約申込に必要な書類に関する問い合わせへ回答する行為をいいます。なお、ここで「事務手続き等についての説明」として説明内容が「事務手続き等」に限定されているのは、商品内容の説明は保険募集そのものであり、例えばマニュアル通りの説明を行ったとしても保険募集人の資格が必要と考えられるからです。

「(ウ)金融商品説明会における、一般的な保険商品の仕組み、活用法等についての説明」とは、例えば、ファイナンシャルプランナー等が、セミナーで保険選びのポイント等を啓もうする行為をいいます。これに対して、例えば、金融セミナー等の形式をとりながら、実際には特定商品の販売を目的としたセミナーである場合は、当該セミナーにおける保険商品の説明をする際にも、保険募集人の資格が必要ということになります。

なお、上記(ア)から(ウ)の行為が、事務ガイドライン(現在の監督指針)に例示された背景には、平成15年12月4日に金融イノベーション会議により公開された「金融商品の販売における「非勧誘営業行為」に関する提言～金融商品の「販売・募集人資格を要さない営業行為」の範囲について～」⁽⁵⁾において、「募集人資格を要さない営業行為」を明確するガイドラインの策定が提言されていたことが挙げられます。事務ガイドラインを策定する際、同提言において募集人資格を要さない行為として例示されていた行為を参考に上記(ア)から(ウ)を定めたことが伺えます。

(4) 新しい販売・勧誘行為の検討

上記監督指針により、ある程度保険募集人資格が不要な行為が明確になりましたが、IT 技術の発達等により、上記の(ア)から(ウ)の例示のみでは判断しにくい形態の販売・勧誘行為が出現してきています。ここでは、最近問題となることが多い販売・勧誘行為について、少し検討してみたいと思います。なお、以下は解釈の一つを示したものであり、具体的事例についての解釈は専門家にご確認下さい。

① 保険紹介サイト

最近、インターネット上でよく見かけるものに「保険紹介サイト」や「保険料比較サイト」というものがあります。これは保険に興味がある顧客が、当該Webサイトにアクセスし、希望する商品種類を入力すると、複数の保険会社から保険商品に関する資料が送られてきたり、複数の保険会社の保険商品の保険料の比較テーブルが表示されたりするものです。これらのWebサイトの運営者は、保険会社や保険募集人から一定の金銭を受取った上でWebサイトを運営していることが通常ですが⁽⁶⁾、保険募集人の資格を取得している者とそうでない者が混在しているのが現状です。

これらのサイト運営者に保険募集人資格が必要となるのでしょうか。Web サイトの記載内容を以下の通りに分類した上で、検討したいと思います。

【Web サイトの記載内容】

- 1) (i) 保険会社名のみ
- 2) (i) 保険会社名と(ii) その保険会社が取扱っている保険商品の種別
- 3) (i) 保険会社名と(ii) その保険会社が取扱っている保険商品の種別と(iii) 保険商品の一般的な説明
- 4) (i) 保険会社名と(ii) その保険会社が取扱っている保険商品の種別と(iii) 保険商品の一般的な説明と(iv) 特定の保険会社の具体的な商品内容

まず、Web サイト閲覧者は、(i) 保険会社名や(ii) その保険会社が取扱っている保険商品の種別の情報を見ただけでは、具体的に如何なる保険契約を締結したらよいかまでは判断で

きないと考えられます。(i) 及び(ii) のみを記載した Web サイトの閲覧者は保険に加入するか否か全くわからない見込客であるとみなされますので、このような閲覧者を、保険会社や保険募集人に紹介することは、単なる見込客の紹介として保険募集に該当しないと考えられています。従って、1) 及び 2) の内容を記載した Web サイトは、当該 Web サイト閲覧者を保険会社や保険募集人に紹介したとしても保険募集には該当せず、当該 Web サイトの運営者は保険募集人の資格までには不要と考えられます。

これに対して、4) の場合のように、Web サイト閲覧者が(iv) 特定の保険会社の具体的な商品内容の情報まで見れば、この保険契約を締結すべきか否かの判断ができると考えられます。このような特定の保険会社の具体的な保険商品を説明した上で、保険会社や保険募集人に紹介するという行為は、特定の保険契約の締結に向けた一連の行為の中で、「保険契約の締結の勧誘を目的とした保険商品の内容説明」(監督指針Ⅱ-3-3-1(1)②イ・Ⅱ-3-3-5(1)②イ)を行っていると考えられるため、保険募集に該当すると考えられています。従って、4) の内容を記載した Web サイトの運営者は保険募集人の資格が必要となると考えられています。

問題となるのは、3) の場合です。これは一見、監督指針Ⅱ-3-3-1(1)②注(ウ) 及びⅡ-3-3-5(1)②注(ウ) でいうところの「金融商品説明会における、一般的な保険商品の仕組み、活用法等についての説明」と同様のようには思えますが、特定の保険会社からの委託を受け、特定の保険会社の保険契約の締結のために、一般的な保険商品の仕組みを説明している点で異なります。前述の通り、監督指針において「一連の行為の中で当該行為の位置付けを踏まえた上で総合的に判断する必要がある」とされたのは、一般的な保険商品の説明であっても、特定の保険契約の締結に向けた一連の行為の中で行えば、「保険契約の締結の勧誘を目的とした保険商品の内容説明」と同等と位置付けられるべきと考えられたことによります。とすれば、当該Webサイトにおける説明が保険商品の一般的な説明のみにとどまっているとしても、やはり特定の保険会社の保険契約の締結という一連の行為の中の行為であ

るといえますので、保険募集に該当し、当該Webサイトの運営者は保険募集人の資格が必要とされるおそれは否定できないところです。もっとも、これらのWebサイトの中には、例えば、保険会社からの委託手数料を保険契約の成約ベースで計算せず、見込客の紹介数ベース(クリック数や資料請求数等)で計算することや、保険会社又は保険募集人へ見込客の情報を提供するのみで何らそれらの者から情報のフィードバックを受けないこと等により、当該Webサイトは保険契約の締結に向けた一連の行為の中には位置付けられず、Webサイトは単なる一方的な情報提供媒体(広告媒体)に過ぎないとして、保険募集には該当せず、保険募集人の資格までは不要であると解釈している場合もあるようです⁽⁷⁾。

② アフィリエイト

①の保険紹介サイトと似た販売・勧誘行為として、アフィリエイト(成功報酬型広告)というものがあります。例えば、ブログで特定の保険会社の商品を紹介するとともに、紹介した保険会社のバナー広告を貼っておき、そのブログを読んだ読者がバナー広告をクリックすることで、広告主である保険会社から広告料を得るといった仕組みです。

これについても、保険紹介サイトと同様の解釈が当てはまると考えられます。上記 Web サイトの記載内容でいえば、ブログに 1) 又は 2) の内容を記載しているだけであれば、これらを見た者がバナー広告をクリックし保険会社等の Web サイトに至ったとしても、そこでのブログの役割は、単なる見込客の紹介に過ぎないといえ、保険募集には該当しないと考えられます。これに対して、4) のように、特定の保険会社の商品について、例えば「他社の保険商品に比べて保障が充実している」「他の保険会社の保険商品に比べて、2 割保険料が安い」等と具体的な内容を記載することで、バナー広告をクリックさせようとしている場合等は、保険募集に該当するおそれがあると考えられます。ブログにおいて 3) の内容を記載している場合には、難しいところがありますが、一般的な保険商品の内容を詳細に述べているような場合には、やはり特定の保険会社の保険契約の締結という一連の行為の中の行為を行っているとして保険募集人の資格について検討することが必要と考えら

れます。

2. いわゆる紹介代理店の登録問題(主に生命保険に関して)

(1) いわゆる紹介代理店の登録問題とはどのような問題なのか

保険募集人資格の要否を検討する際に昔から議論になる問題として、紹介代理店というものがあります。紹介代理店とは、保険会社又は保険募集人に対して見込客を紹介することを委託された者をいいます。いわゆる紹介代理店の登録問題とは、主に生命保険について単なる見込客を紹介するのみの紹介代理店について、生命保険募集人の登録を行わなくてもよいのか、という問題です。

解釈の変遷を時系列に沿って説明します。

① 旧募取法制定時

現行の保険業法(平成 7 年 6 月 7 日法律第 105 号)は、平成 8 年 4 月 1 日に施行されたもので、平成 8 年保険業法改正前は「保険募集の取締に関する法律(昭和 23 年法律第 171 号)」(以下「旧募取法」といいます。))において保険募集上の規制が定められていました。旧募取法における保険募集(その当時は「募集」と規定されていました。)の定義も、現在の保険業法と同じ規定ぶりでしたが⁽⁸⁾、旧募取法制定当初は、同定義からして、紹介代理店についても登録が必要と解されていました。当時の立法担当官の見解は、「「媒介」という概念は広く、例えば営業職員が既契約者から紹介状をもらって見込客を訪問し、それによって保険契約が成立すれば、その既契約者の行為も媒介に該当すると考えることは可能である。その場合に、手土産の範囲を超える謝礼を既契約者に渡してはならない(そのような謝礼を受けるためには募集人登録を要する)」というものでした⁽⁹⁾。

② 昭和 45 年 6 月 15 日蔵銀第 1761 号

しかしながら、後に解釈変更がなされ、昭和 45 年、当局か

らの通達⁽¹⁰⁾において、「募集に従事することなく、単に見込客を紹介するとどまる紹介代理店…は、登録を受ける必要はない。ただし、その業務の範囲が委託契約書または代理店契約書に記載された内容により明確であるものに限るものとする(特約店、賛助店、協力者等名称のいかんは問わない)」ことが明記されました。これは、紹介代理店は、保険契約の募集の本質的要素を構成する行為(保険商品の内容説明、契約申込書の記入要領の説明等)をするわけではない(それは、登録済みの保険募集人が担当します。)という点を踏まえ、保険契約者等保護のためにどうしても登録が必要な保険募集関係者の範囲はどこまでかという目的限定の見地から、紹介代理店については登録不要と解されたためといわれています⁽¹¹⁾。

③ 平成8年保険業法改正時

その後、旧募集法を改正するため開催された保険審議会における平成4年答申(新しい保険事業の在り方)において、「保険募集規制の実効性の確保等の観点から、紹介行為を行う者に対する各社の管理が適正になされるよう紹介行為を法的に明確化することを検討するとともに、業界の自主規制に管理を委ねることが可能かどうか、法規制の観点から検討が行なわれる必要がある。」として、紹介代理店についての法規制について検討すべきとされました。しかしながら、結局、保険審議会の平成6年答申において、紹介行為及びこれを行う紹介代理店については規定を設けないこととされ⁽¹²⁾、平成8年の保険業法改正において、紹介行為及びこれを行う紹介代理店についての規制は法律レベルでは見送られることになりました。

但し、紹介行為についての法律レベルでの規制は見送られましたが、法人紹介代理店に対する委託が通達により実質禁止されることになりました。即ち、紹介代理店のうち法人形態の者を「法人紹介代理店」といいますが、法人紹介代理店については、平成8年保険業法改正に合わせて発出された平成8年4月1日蔵銀第500号において、「生命保険会社は、法人等に対し、生命保険募集人としての登録を行わずに代理店委託等をし、種々の法令等を免れる目的とした行為を厳に慎

むものとする。」と規定され、実質的に、法人形態の代理店による紹介行為は行えなくなりました。なぜ、法人形態の代理店のみが禁止対象とされたかですが、法人紹介代理店の存在は一社専属制や構成員契約規制を潜脱するおそれがあると考えられたためといわれています。この規定自体は、通達の全廃により廃止されましたが、同様の内容が事務ガイドラインに引き継がれ、現在も監督指針Ⅱ-3-3-1(1)③において「法人等に対し、登録を行わずに代理店委託を行う等により、法令等を潜脱する行為を排除する措置が講じられているか。また、その措置は実行されているか。例えば、法人等に対して、紹介代理店委託を行う等により紹介料等の名目で対価のない金銭の支払いその他の便宜供与を行っていないか。」と規定されています⁽¹³⁾。なお、同監督指針の規定については、法人紹介代理店に対して「対価のない」金銭の支払い等を行なうことが禁止されているに過ぎず、実際に行われた「単なる紹介行為」の対価として紹介料(単なる紹介行為しか行っていないので、対価としては基本的には「社会通念上の儀礼の範囲内」額となると思われます。)を支払うものであれば、上記監督指針に抵触しないという考え方も有力に主張されています。

(2) まとめ

以上をまとめると以下の通りになると考えられます。

【主に生命保険における紹介代理店の登録の要否】

- ・ 個人紹介代理店 → 生命保険募集人登録が不要(設置可)。
- ・ 法人紹介代理店 → 生命保険募集人登録が必要(設置不可)。もっとも、紹介行為の実態があり、相応の対価が保険会社等から支払われているに過ぎない場合は、生命保険募集人の登録までは必要ないとの考え方あり。

3. 規制当局の動向

中間論点整理において、今まで述べてきました保険募集人資格と直接関連するものとして、保険紹介サイト等インターネット上で行なわれている比較につき「果たして正確な情報に基づいているものなのか、あるいはそのページが中立的な立場なのかどうか必ずしも明らかではない。こうした現状をどう考えていくべきか。」(中間論点整理 2 頁)として、保険契約者等の保護の観点から、規制の要否を含め検討が示唆されているところ。また、平成 8 年保険業法改正時において規制が見送られた紹介行為についても、現在開催されている保険の基本問題に関するワーキング・グループにおいて、外国では紹介代理が規制対象となっている点等を踏まえ、紹介代理店の現行の取扱いについて検討すべきとの意見が出されているところ⁽¹⁴⁾。

4. 最後に

以上、保険募集人の資格が必要となる行為・不要な行為について整理してきました。確かに、保険募集人の資格が必要となる行為・不要な行為については上記監督指針において具体的な行為が列挙されていますが、それだけでは保険契約の締結に至るまでの全ての行為を明確に「仕分け」することは難しいところ。今後も技術革新等に応じて様々な形態の販売・勧誘方法が生まれてくると思われませんが、それらの行為に保険募集人の資格が必要かについては、上記監督指針をまずは参考にしつつ、それだけでは判断できない場合は、保険業法の目的である「保険契約者等の保護」(保険業法 1 条)の観点から検討することが有益であると考えられます。

以上

(1) 金融庁 Web サイト (<http://www.fsa.go.jp/news/21/hoken/20090818-2/02.pdf>) をご参照下さい。

(2) 損害保険会社の役員若しくは使用人には何らの登録・届出が求められていませんので、本ニューズレターでの議論の対象外とします。

(3) 保険募集とはどのような行為をいうのか(保険募集の範囲)は、保険募集人資格の要否だけでなく、保険募集に関する禁止行為を定めた保険業法 300 条 1 項柱書「保険募集に関して」の解釈、銀行窓販における弊害防止措置を定めた保険業法施行規則 212 条 2 項 1 号「保険募集に係る業務」の解釈等にも関わります。

(4) 例えば、保険研究会編『最新保険業法の解説』(1996 年・大成出版社)248 頁

(5) 「提言 010 金融商品の販売における「非勧誘営業行為」に関する提言～金融商品の「販売員・募集人資格を要さない営業行為」の範囲について～」においては、販売員・募集人資格を要さない具体的営業行為として、以下の行為が挙げられていました。

(1) 販売員・募集人資格を必要とする金融商品チラシ類等を、当該商品の販売員・募集人資格を持たない販売員の手を介して顧客に配布する等の行為

(例) 投資信託商品や生命保険商品等のチラシ類等を、証券外務員資格若しくは保険募集人資格を持たない銀行員が、銀行の店舗外で、顧客に対する情報提供サービスの一環として、顧客に配布する行為。

(2) 金融商品の表示のあるティッシュを路上で配布する等の行為

(例) 証券会社等の依頼で、投資信託商品等のチラシ類等を、証券外務員資格を持たない者が顧客に配布する行為。

(3) 金融機関の、双方向に類する機能を持つホームページ製作に関わるシステム・エンジニアの行為

(例) 証券会社等のために、システム・エンジニアが、双方向機能を持つようなホームページを設計・製作する場合。

(4) 金融機関のテレフォン・センターのオペレーター等の行為

(例) 保険会社等のテレフォン・センターのオペレーターで、事務手続き、売買に関する用語の説明、システムの説明、クレームの窓口一次対応及びこれらに類似する事務的な職務等のみに関わる場合。

(5) 金融商品の説明会における講師の推奨行為

(例) 説明会における講師の全般的な説明、及び講師が特定の金融商品について意見を求められた時に、第三者として意見を述べること。

(6) 保険会社や保険募集人から「委託を受けて」行っていない場合(例えば、消費者団体が自主的に行う保険商品の比較)は、保険募集に該当せず、保険募集人資格が不要な点に争いはありません。

(7) 確かに「情報提供」に対して一定の対価(金銭)を支払っている保険会社・保険募集人が Web サイトの記載内容の適正について管理できていれば、保険契約者等の保護に欠ける事態は生じません。しかしながら、一部の Web サイト(特に複数の保険会社や保険募集人が「乗合」している Web サイト等)に対しては保険会社も十分な管理ができていない現状が認められます(誤解を生じかねない比較情報の表示等)。これらの現状に対して、このような Web サイトについて保険募集人資格が不要と解し、「保険募集規制」が課されていないとするのは、保険契約者等の保護の観点から問題ではないかと指摘があります。

(8) 旧募集法 2 条 3 項「この法律において「募集」とは、保険契約の締結の代理又は媒介をなすことをいう。」

(9) 生命保険新実務講座編集委員会＝生命保険文化研究所編『生命保険新実務講座 7』(1991 年、有斐閣)352 頁

(10) 昭和 45 年 6 月 15 日蔵銀第 1761 号生命保険協会会長宛「保険募集の取締に関する法律に基づく生命保険募集人の登録事務の取扱いについて」の別紙「生命保険募集人登録事務取扱要領」第 1 のなお書参照。

(11) 上記「生命保険新実務講座 7」352 頁

(12) 平成 6 年保険審議会報告「保険業法等の改正について」(平成 6 年 6 月 24 日)59 頁 1(1)(注 1)参照。なお、山下友信教授の講演録によれば、「紹介代理店については、使っている損害保険代理店、生命保険募集人の規制の中で間接的に規制していけばいいのではないかと、あるいは自主規制にゆだねておけばいいのではないかとということで、とりあえず法律には規定しないというふうな立場に立ったわけでありませう。」とあります(山下友信『保険業法等の改正—法制懇談会報告について—』(1995 年、財団法人損害保険総合研究所財団法人損害保険総合研究所)29 頁)。

(13) 日本生命保険・生命保険研究会『生命保険の法務と実務』(2004 年、きんざい)411 頁には、以下の記載があります。

「代理店には 3 類型(募集代理店、紹介代理店、集金代理店)があるが、平成 8 年 4 月 1 日付の大蔵省通達(蔵銀通達 500 号)により、法人紹介代理店は実質的に禁止、当時既設のものについても収束することとなった。現在の事務ガイドラインでは直接的な禁止表現はないが、蔵銀通達 500 号の趣旨に変更はないと解釈されている。」

(14) 保険の基本問題に関するワーキング・グループ(第 46 回)・木下孝治委員発表資料 3 頁