

市場リスクを有する生命保険の募集等に関するガイドライン

「市場リスクを有する生命保険の募集等に関するガイドライン」は、市場リスクを有する生命保険の募集等において特に留意すべき事項を示すものである。本ガイドラインは拘束力を有するものではないが、各社においては自己責任に基づく対応を前提に、関連法令等に則り、本ガイドラインの内容も参考にしつつ、商品の特性や販売形態等に応じた適正な対応を確保するよう努めることが望ましい。

なお、本ガイドラインに記載されている字義通りの対応でなくても、保険業法等や監督指針等の趣旨から合理的かつ同様の効果が認められるのであれば、その対応を妨げるものではない。加えて、会員会社においては、顧客本位の業務運営を推進する観点から、顧客の視点に立ち、自主的な取組みを行っていくことが重要である。

令和6年4月3日
生命保険協会

制定 平成 19 年 9 月 14 日

改正 平成 22 年 5 月 31 日

改正 令和元年 7 月 3 日

改正 令和 2 年 4 月 1 日

改正 令和 3 年 2 月 10 日

改正 令和 5 年 8 月 30 日

改正 令和 6 年 4 月 3 日

ガイドライン	参照法令等
<p>I 本ガイドラインの目的</p> <p>平成14年10月に銀行等による個人年金保険の募集が始まって以来、市場リスクを有する生命保険（金利、通貨の価格、金融商品市場における相場その他の指標に係る変動により損失が生ずるおそれがある生命保険）に関する市場が拡大している。同時にトラブルも増加傾向にあるため、当会では、従来の生命保険相談所等による苦情・相談への対応の他、裁定審査会の充実、当会に寄せられた苦情等の情報の会員各社への連携の強化、「市場リスクを有する保険商品への加入にあたって留意すべき事項」の公表を行う等の取組みを行ってきたところである。</p> <p>生命保険の募集に関する法令等の整備も急速に進展している。平成16年12月に公表された「金融改革プログラム」において「利用者ニーズの重視と利用者保護ルールの徹底」が掲げられ、とりわけ、平成17年4月から平成18年6月まで金融庁で開催された「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム」での審議の結果、「保険会社向けの総合的な監督指針」が改正され、契約概要・注意喚起情報、意向確認書面の導入等が実現した。</p> <p>平成18年6月に成立した改正保険業法（「証券取引法等の一部を改正する法律」による改正）では、市場リスクを有する生命保険（保険業法第300条の2において「特定保険契約」と規定）に関して金融商品取引法の行為規制の一部が準用されることとなった。同時に改正された金融商品の販売等に関する法律（「証券取引法等の一部を改正する法律の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律」による改正）においても、市場リスク・信用リスクに関する重要事項説明について、取引の仕組み（契約の内容）のうちの重要な部分が説明すべき事項に加えられ、また、説明が顧客の属性に照らして理解されるために必要な方法・程度によらなくてはならないこととされた。</p> <p>加えて、平成29年3月に金融庁より「顧客本位の業務運営に関する原則」が公表され、以降、各金融機関が「顧客本位の業務運営に関する取組方針」を公表し、各社創意工夫のもと顧客本位の観点から自主的な取組みが行われており、令和5年11月20日には「金融商品取引法等の一部を改正する法律」が成立し、「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」において、保険会社の役職員や募集人、企業年金等関係者を含む、幅広い金融サービスの提供等を行う者に対して、「顧客等の最善の利益を勘案しつつ、誠実かつ公正に業務を遂行しなければならない」旨の義務が規定されたところである。</p> <p>本ガイドラインは、以上のような環境変化を踏まえ、市場リスクを有する生命保険の募集等において特に留意すべき事項を示すものである。会員各社においては、関係法令等に則り、本ガイドラインの内容も参考にしつつ、取り扱う市場リスクを有する生命保険の特性や募集形態等に応じて適正な募集等が行われるよう体制を整備し、かつ、生命保険募集人に対して不断の指導・教育を行うことが必要である。</p> <p>なお、本ガイドラインの記述は、主に個人保険・個人年金保険分野における市場リスクを有する生命保険の募集等</p>	<p>【金サ法2条】</p>

ガイドライン	参照法令等
<p>を念頭に置いたものである。</p> <p>(注1)平成12年11月、金融商品の販売等に関する法律の成立を受け、当会ではその着実な履行に資するために「金融商品の販売等に関する法律」に関する指針」を制定した。今般、近年の環境変化を踏まえて市場リスクを有する生命保険の募集等に関する本ガイドラインを制定することに伴い、当該指針を廃止する。なお、当該指針に示されている重要事項に関する記載例は、平成19年9月制定の「契約締結前交付書面作成ガイドライン」において実質的に維持されている。</p> <p>(注2)令和2年6月の「金融サービスの利用者の利便の向上及び保護を図るための金融商品の販売等に関する法律等の一部を改正する法律」の成立を受け、金融商品の販売等に関する法律は金融サービスの提供に関する法律に改称され、令和3年11月に施行された。また、令和5年11月の「金融商品取引法等の一部を改正する法律」の成立を受け、金融サービスの提供に関する法律は金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律に改称され、令和6年2月に施行された。</p>	
<p>II 市場リスクを有する生命保険の募集において特に留意すべき事項</p> <p>市場リスクを有する生命保険として、例えば、変額保険、変額年金保険、外貨建て保険、市場価格調整（マーケット・バリュース・アジャストメント（MVA））機能を有する保険等がこれに含まれる。</p> <p>(注)有配当契約の配当については、その変動が元本欠損の直接の原因とはならない（保険契約者等が取得する保険金等の額を上振れさせる原因としかならない）こと、指標に係る変動により生じるものではないことから、有配当であることのみをもって市場リスクを有する生命保険に該当することはないと考えられる。</p> <p>生命保険会社・生命保険募集人は、こうした市場リスクを有する生命保険の募集に関し、顧客の立場に立って真に必要な保険を提供する視点が重要であり、顧客が適切な選択を行えるよう細心の注意を払い、各局面（商品開発から募集、広告・広告類似行為、勧誘、重要事項等の説明、顧客の契約締結意思・ニーズ等の確認、契約成立内容の確認等）において、以下に掲げる事項を確実に実施しなければならない。</p> <p>1. 商品開発から募集</p> <p>生命保険会社は、取締役会で定めた商品開発方針に従い、代理店等の生命保険募集人や顧客への調査などを通じて吸い上げた顧客ニーズを踏まえた保険商品の開発を行うなどの体制を整える必要がある。とりわけ、市場リスクを有する生命保険は、その運用機能について、顧客本位の観点から、投資信託等他の金融商品との比較の視点が重要である。こういった点も踏まえ、当該商品が顧客のどのようなニーズに対応するものか、想定する顧客の属性（年</p>	<p>【業法300条の2、金サ法4条1項1号】</p>

ガイドライン	参照法令等
<p>年齢、投資経験、リスク許容度等)を明確にする必要がある。</p> <p>また、生命保険会社は、想定顧客に適切な販売が行われるよう、販売にあたり代理店等の生命保険募集人に対して指導を行い、代理店等の生命保険募集人は生命保険会社の指導に基づき態勢整備を行う必要がある。</p> <p>加えて、販売開始後において、生命保険会社並びに代理店等の生命保険募集人は、想定顧客への適切な販売がなされているか以下の視点に基づき定期的に検証し（販売件数等の定量面のチェックの他、実査によるサンプルチェック等）、代理店等の生命保険募集人において、顧客ニーズに沿わない不適切な販売がなされている懸念が認められる場合は、速やかに改善に向けた対応を行うことに留意する。なお、代理店等の生命保険募集人において改善に向けた対応が困難な場合、生命保険会社は、当該代理店等における当該商品の継続販売の是非も含めて検討を行う。</p> <p>① 販売動向・解約動向 ② 顧客属性（年齢、投資経験、リスク許容度、知識、家族構成、資産の状況等） ③ 募集プロセス（商品絞り込みの経緯、適合性確認の状況、意向把握・確認義務等）</p> <p>2. 適正な広告・広告類似行為</p> <p>多数の者に対して同様の内容で情報の提供を行う場合（広告・広告類似行為）、手数料に関する事項やリスクに関する事項等、顧客の判断に影響を及ぼす重要事項等について、文字の大きさや表示方法に留意しつつ明瞭かつ正確に表示しなければならない。</p> <p>（注）具体的な表示内容・方法について、「生命保険商品に関する適正表示ガイドライン」を併せて参照する。</p> <p>3. 投資信託等他の金融商品との比較説明</p> <p>市場リスクを有する生命保険においては、その運用機能について、顧客本位の観点から、顧客が適切に商品選択を行えるよう、投資信託等他の金融商品と比較できるようにするとの視点が重要である。とりわけ、投資信託を取り扱っている銀行等（保険業法第 275 条第 1 項第 1 号に定める「銀行等」をいう。）及び第一種金融商品取引業者においては、生命保険の募集プロセスに入る前の総合提案段階において、投資信託等他の金融商品と市場リスクを有する生命保険のリターンやコスト等の概要を代理店等の生命保険募集人が作成する「マネープランガイド」等のツールを用いて顧客に説明することが重要である。なお、その結果、顧客が市場リスクを有する生命保険に関心を</p>	<p>【業法 300 条の 2 ・ 準用金商法 37 条 ・ 規則 234 条の 16】</p>

ガイドライン	参照法令等
<p>示した場合には、非公開金融・保険情報保護措置に係る事前同意を取得のうえ、「重要情報シート」等により、投資信託等他の金融商品との比較説明を行うことが重要である。</p> <p>なお、代理店等の生命保険募集人が、市場リスクを有する生命保険の運用機能について、投資信託等他の金融商品との比較を行うために必要な情報は、生命保険会社から代理店等の生命保険募集人に提供することが重要である。</p> <p>4. 適正な勧誘</p> <p>以下の通り、関係法令等を遵守の上、顧客の属性に照らして適正な勧誘を行わなければならない。</p> <p>(1) 顧客の属性（知識・経験・財産の状況・契約を締結する目的）に照らして適正な勧誘を行うため、特に以下の点に留意しなければならない。</p> <p>（注）営業店に来訪した顧客への勧誘、電話による顧客への勧誘、インターネットを利用した勧誘等、それぞれの特性に応じた適切な販売・勧誘の方法を検討する必要がある。</p> <p>① 販売・勧誘する個別の市場リスクを有する生命保険について、そのリスク、リターン、コスト等の顧客が市場リスクを有する生命保険契約の締結を行う上で必要な情報を十分に分析・特定する。その上で、当該市場リスクを有する生命保険の特性等に応じ、研修の実施、顧客への説明書類の整備などを通じ、販売・勧誘に携わる保険募集人が当該情報を正確に理解し、適切に顧客に説明できる体制を整備する。</p> <p>② 顧客の属性を把握するための情報を顧客から収集する。また、既契約者に対する新たな市場リスクを有する生命保険の販売・勧誘に際して、当該情報（以下のうちアを除く。）が変化したことを把握した場合には、顧客に確認を取った上で、登録情報の変更を行うなど（販売・勧誘の際に、当該情報（以下のうちアを除く。）を顧客から収集することを含む）適切な顧客情報の管理を行う。</p> <p>（注）収集等すべき情報は例えば以下の通り。</p> <p>ア 生年月日（顧客が自然人の場合に限る。）</p> <p>イ 職業（顧客が自然人の場合に限る。）</p> <p>ウ 資産、収入等の財産の状況</p> <p>エ 過去の金融商品取引契約（有価証券の売買等に関する契約）の締結及びその他投資性金融商品の購入経験の有無及びその種類</p>	<p>【業法 300 条の 2 ・ 準用金商法 40 条 1 号、準用金商法 38 条 9 号 ・ 規則 234 条の 27 第 1 項 3 号、監督指針Ⅱ-4-4-1-3】</p>

ガイドライン	参照法令等
<p>オ 既に締結されている金融商品の満期金または解約返戻金を特定保険契約の保険料に充てる場合は、当該金融商品の種類 カ 特定保険契約を締結する動機・目的、その他顧客のニーズに関する情報</p> <p>③ 契約締結前交付書面（契約概要、注意喚起情報）（3. 参照）の交付に関し、あらかじめ、書面の内容について、②により把握した顧客の属性に照らして顧客に理解されるために必要な方法・程度によって説明を行う。その際、取り扱う市場リスクを有する生命保険のリスクの度合いや契約内容の複雑さも十分に勘案して対応する。</p> <p>④ 生命保険会社は、②により収集した顧客の属性を把握するための情報を適切に保管し、生命保険募集人が勧誘の適正性を事後的に検証するために必要に応じて活用できるようにする。</p> <p>⑤ 生命保険会社は、市場リスクを有する生命保険の引受けを判断するにあたり、把握した顧客の属性に関する情報を効果的に活用する。なお、代理店等の生命保険募集人を通じて募集をする場合には、当該代理店等の生命保険募集人が第一義的に適合性の判断を行うことになるが、保険会社はその適合性の判断が不適当なものとなっていないか、引受けの段階で確認をする。</p> <p>⑥ 顧客に対する市場リスクを有する生命保険の販売・勧誘に先立ち、その対象となる個別の市場リスクを有する生命保険や当該顧客との一連の取引の頻度・金額が、把握した顧客属性等に適うものであることの合理的根拠があるかについて検討・評価を行う。また、検討・評価を確保する観点から、市場リスクを有する生命保険契約の特性等に応じ、あらかじめ、どのような考慮要素や手続をもって行うかの方法を定める。なお、代理店等の生命保険募集人を通じて募集をする場合には、当該代理店等の生命保険募集人が第一義的に適合性の判断を行うことになるが、保険会社はその適合性の判断が不適当なものとなっていないか、引受けの段階で確認をする。</p> <p>⑦ 適合性確認の基準や方法、当該基準に該当する場合の方策等を社内規程・マニュアル等に具体的に明記することが望ましい。特に「高齢の顧客」に関しては、「理解能力や判断能力」、「投資経験」、「投資性資産の保有割合」等の観点を踏まえて、より一層厳格な適合性確認の基準を定めることが望ましい。</p> <p>また、その取組状況や苦情発生状況等も踏まえ、定期的に、当該規程・マニュアル等の有効性を検証する機会を設けることが望ましい。</p> <p>尚、生命保険会社は、生命保険募集人における上記検証の実施状況を確認し、必要な対話を行うことが望ましい。</p> <p>以上の点を踏まえ、例えば、高齢者である顧客等、特に配慮を要する対象となり得る属性の顧客に対しては、</p>	

ガイドライン	参照法令等
<p>より慎重かつ丁寧な勧誘を行い、適合性を判断する上で、不相当と認められる場合には当該勧誘を中止する。 (注)特に高齢者に対する加入時の対応については「高齢者向けの生命保険サービスに関するガイドライン」を併せて参照する。</p>	
<p>(2) 生命保険募集人は、募集により得られる収益の多寡にとらわれず、顧客のニーズを踏まえながら勧誘しなければならない。</p>	<p>【業法 294 条の 2、監督指針 II-4-2-2(3)】</p>
<p>(3) 生命保険募集人は、自らの権限等に関する所定の事項を明示しなければならない、そのことに関し顧客の誤解を招くおそれがある勧誘をしてはならない。</p>	<p>【業法 294 条 3 項、規則 227 条の 2 第 10 項、監督指針 II-4-2-9(4)】</p>
<p>(4) その他、適正な勧誘を行うために、顧客に対し以下の事項を行ってはならない。 (注)これらの事項の他、生命保険契約の種類、生命保険募集人の属性、募集の形態等に応じて関係する法令等を網羅して遵守する必要がある。</p>	
<p>① 虚偽のことを告げること。重要事項を告げないこと。重要事項について事実と異なることを告げること。</p>	<p>【業法 300 条 1 項 1 号、消契法 4 条 1 項 1 号】</p>
<p>② 重要事項または重要事項関連事項について顧客の利益となる旨を告げ、かつ、当該重要事項に関する不利益となる事実を故意又は重大な過失によって告げないこと。</p>	<p>【消契法 4 条 2 項】</p>
<p>③ 虚偽の告知を勧めること。正しい告知を行うことを妨げること。不告知を勧めること。</p>	<p>【業法 300 条 1 項 2 号、3 号】</p>
<p>④ 保険契約の乗換えにあたる場合、不利益事実を告げないこと。</p>	<p>【業法 300 条 1 項 4 号】</p>
<p>⑤ 保険料の割引・割戻し・特別利益を提供すること。提供を約束すること。名義に関わらず当該禁止を免れること。</p>	<p>【業法 300 条 1 項 5 号、業法 300 条の 2・準用金商法 38 条 9 号・規則 234 条の 27 第 1 項 1 号・規則 234 条 1 項 1 号】</p>
<p>⑥ 他の保険契約内容と比較した事項、保険契約等に関する重要な事項、保険の種類や保険会社の商号・名称について誤解させるおそれのあることを告げること。</p>	<p>【業法 300 条 1 項 6 号、業法 300 条の 2・準用金商法 38 条 9 号・規則 234 条の 27 第 1 項 1 号・規則 234 条 1 項 4 号、5 号】</p>
<p>⑦ 不確実な事項について断定的判断を提供すること。確実であると誤解させるおそれのあることを告げること。</p>	<p>【業法 300 条 1 項 7 号、金サ法 5 条、消契法 4 条 1 項 2 号】</p>
<p>⑧ 顧客（個人に限る）に迷惑を覚えさせるような時間に電話または訪問により勧誘すること。</p>	<p>【業法 300 条の 2・準用金商法 38 条 9</p>

ガイドライン	参照法令等
<p>⑨ 顧客を困惑させる行為を行うこと。</p> <p>⑩ 元本の安全性を重視している顧客に対して、元本の棄損リスクを有する生命保険を勧誘すること。また、そのような行為において、元本の棄損リスクを有する生命保険に適合するような取引目的への変更を、当該顧客にその変更の意味や理由を正確に理解させることなく求めること。</p> <p>5. 適正な重要事項等の説明 以下の通り、関係法令等を遵守の上、重要事項の説明、その他の情報提供を適正に行わなければならない。</p> <p>(1) 書面の交付 契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）を顧客に交付またはこれに代替する電磁的方法により提供し、当該書面または電磁的記録に記載された重要事項について十分な説明を行わなければならない。</p> <p>（注1）具体的な記載内容・方法について、「契約締結前交付書面作成ガイドライン」、「正しい告知を受けるための対応に関するガイドライン」、「生命保険商品に関する適正表示ガイドライン」を併せて参照する。</p> <p>（注2）市場リスクに関する事項、信用リスクに関する事項については、金融サービスの提供に関する法律においても、説明すべき重要事項とされている点に留意する。</p> <p>(2) 説明の方法・程度 契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）の交付またはこれに代替する電磁的方法による提供に関し、顧客が当該書面または電磁的記録に記載された重要事項について十分に理解できるよう、以下の点に留意しなければならない。</p> <p>① 契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）を、契約締結前に顧客がその内容を理解するために十分な時間を確保できる時期に交付またはその他適切な方法（電磁的方法を含む）により提供する。契約概要と注意喚起情報を別の媒体により交付する場合、同じ機会に交付する。</p> <p>② 書面または電磁的記録への記載は、文字の大きさ・配列、文言の平明性・明確性、情報の分量等、顧客が重</p>	<p>号・規則 234 条の 27 第 1 項 4 号、金サ法 10 条 2 項】 【消契法 4 条 3 項】 【監督指針Ⅱ-4-4-1-3(4)】</p> <p>【業法 300 条の 2・準用金商法 37 条の 3、監督指針Ⅱ-4-2-2(2)】</p> <p>【業法 100 条の 2、業法 300 条の 2・準用金商法 37 条の 3、準用金商法 38 条 9 号、規則 234 条の 27 第 1 項 3 号、金サ法 4 条 1 項等】 【監督指針Ⅱ-4-2-2(2)】</p> <p>【業法 300 条の 2・準用金商法 37 条の</p>

ガイドライン	参照法令等
<p>要事項を理解しやすいものとする。</p> <p>③ 書面交付またはその他適切な方法（電磁的方法を含む）による提供のみならず、少なくとも各書面の重要性等について口頭による説明を行う。</p> <p>④ 顧客の属性（知識・経験・財産の状況・契約を締結する目的）に照らして、当該顧客に理解されるために必要な方法・程度により説明する。</p> <p>（注1）顧客の属性を踏まえた対応を講ずるための着眼点について、2(1)を参照する。</p> <p>（注2）顧客が重要事項について理解していないことが明らかな場合にはより慎重かつ丁寧な説明を、誤解していることが明らかな場合には誤解を解消するための説明を行う。</p> <p>⑤ 電話・郵便・インターネット等のような非対面の方式による情報の提供及び説明を行う場合は、対面方式による場合と同程度の情報の提供及び説明を行う。</p> <p>(3) その他の情報提供</p> <p>上記の契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）に記載された重要事項の他、顧客に対して適切に情報提供を行わなければならない。</p> <p>（注）顧客に提供すべき主な情報は以下の通り。</p> <p>① 共通の事項</p> <p>適切に保険金等をお支払いする観点から、請求時の留意点等、注意喚起することが考えられる事項</p> <p>（注）具体的な記載内容・方法について、「契約締結前交付書面作成ガイドライン」における、注意喚起情報に関する監督指針の記載内容に加えて注意喚起することが考えられる事項を併せて参照する。</p> <p>② 変額保険、変額年金保険である場合に必要な事項</p> <p>ア 特別勘定に関する書面交付・説明事項</p> <p>イ 特別勘定による資産運用に関する目論見書相当書面の記載事項</p> <p>③ 外貨建保険である場合に必要な事項</p> <p>ア 保険金等の額を外貨で表示する場合の為替リスクに関する書面交付</p>	<p>3、規則 234 条の 21、監督指針 II-4-2-2(2)】</p> <p>【監督指針 II-4-2-2(2)】</p> <p>【業法 300 条の 2・準用金商法 38 条 9 号・規則 234 条の 27 第 1 項 3 号、金サ法 4 条 2 項】</p> <p>【監督指針 II-4-2-2(3)】</p> <p>【監督指針 II-4-2-2(2)】</p> <p>【業法 100 条の 2・業法 300 条の 2、規則 234 条の 21 の 2 第 1 項 4 号】</p> <p>【業法 100 条の 2・業法 300 条の 2、規則 234 条の 21 の 2 第 1 項 8 号、監督指針 II-4-2-2(2)】</p> <p>【業法 100 条の 2・業法 300 条の 2、規</p>

ガイドライン	参照法令等
<p>イ 円入金特約(※)を付加することができる場合は、円入金特約を付加することができる旨、および円入金特約を付加した場合の為替手数料の水準等に関する説明</p> <p>(※) 生命保険会社が円貨を受領し、所定の基準で指定通貨(外貨)に両替のうえ入金する特約</p> <p>④ その他特定の場合に必要な事項</p> <p>ア 転換である場合の書面交付・説明事項</p> <p>イ トンチン性の高い商品である場合の説明事項</p> <p>ウ 相互会社の社員の権利義務に関する説明事項</p> <p>エ 信用格付業者の登録を受けていない者による格付を提供する場合の説明事項</p> <p>加えて、「投資信託等他の金融商品の比較」「販売時のわかりやすい情報提供」を行う観点から、顧客にとって分かりやすい「重要情報シート」(注)を使用する。</p> <p>(注)対象商品等の詳細は「金融機関代理店における重要情報シート作成ガイドライン」を参照する。</p> <p>6. 適正な顧客の契約締結意思・ニーズ等の確認</p> <p>適正な勧誘(2. 参照)、適正な重要事項の説明(3. 参照)を行った後、申込みを行おうとする顧客に対して、顧客の契約締結意思・ニーズ等を十分に確認しなければならない。</p> <p>(1) 顧客の自己責任に基づく契約意思を十分に確認しなければならない。特に、保険契約の申込みを受けるとき等に、顧客が重要事項を記載した書面を受領し、それらの内容を了知したことについて十分に確認しなければならない。</p> <p>(2) 保険契約の申込みを受けるとき等に、意向確認書面等により、顧客が申込みを行おうとする市場リスクを有する生命保険が顧客のニーズに合致しているか、特に、資産運用に係るニーズに関し、保険料に充てられることとなる資金の性質、運用期間、市場リスクに対する考え方を確認する機会を確保しなければならない。</p> <p>とりわけ、運用期間について、生命保険契約は預金と異なり中長期に亘るという特徴を有する点を十分に説明し、理解頂くことが重要である。</p> <p>その上で、当該資金がその後の中長期のライフイベント等に照らし、余裕資金の範囲内であることを、十分に</p>	<p>則 234 条の 21 の 2 第 1 項 5 号】</p> <p>【業法 100 条の 2・業法 300 条の 2、規則 234 条の 21 の 2 第 1 項 7 号、監督指針 II-4-2-2(2)】</p> <p>【監督指針 II-4-4-1-2(12)】</p> <p>【監督指針 II-4-4-1-2(15)】</p> <p>【業法 300 条の 2・準用金商法 38 条 3 号・規則 234 条の 26 の 2】</p> <p>【監督指針 II-4-2-2(2)等】</p> <p>【業法 294 条の 2、監督指針 II-4-2-2(3)】</p>

ガイドライン	参照法令等
<p>確認することが重要である。</p> <p>7. 適正な契約成立内容の確認</p> <p>契約が成立したときに遅滞なく、契約締結時交付書面（保険証券による対応を含む）を作成し顧客に交付しなければならない。</p> <p>（注）契約締結時交付書面の記載事項は以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 保険会社の商号または名称 ② 契約の年月日 ③ 手数料等に関する事項 ④ 顧客の氏名または名称 ⑤ 顧客が当該特定保険契約を締結する保険会社に連絡する方法 ⑥ 被保険者及び保険金額を受け取るべき者の商号、名称または氏名（記載することができない場合は、これらの者の範囲） ⑦ 契約の種類及びその内容 ⑧ 保険の目的及びその価額 ⑨ 保険金額 ⑩ 保険期間の始期及び終期 ⑪ 保険料及びその支払方法 	<p>【業法 300 条の 2・準用金商法 37 条の 4・規則 234 条の 25】</p>
<p>Ⅲ 市場リスクを有する生命保険の契約継続時において特に留意すべき事項</p> <p>1. 契約継続時のフォローアップの目的・重要性</p> <p>「顧客本位の業務運営」の観点から、契約後も顧客が商品の機能を十分に活用できるよう、顧客に適切な情報提供を行う態勢を整備するとともに、保障の提供や資産管理・資産形成の支援を行うことが重要である。</p> <p>このため、適時・適切に顧客に必要な情報やサービスを提供する、契約締結後のフォローアップの必要性・重要性は非常に高いと考えられる。</p> <p>生命保険は金融商品の中でも契約期間が長いという特徴があり、市場環境の動向によってリスクの状況が変化する可能性や、顧客のライフステージ・ニーズ等が変化する可能性がある。また、こうした契約期間の長期性に鑑みると、契約時に説明を行った内容やリスク等を契約後も繰り返し説明することが有用となる場合もある。</p>	

ガイドライン

参照法令等

このため、市場リスクを有する生命保険においては、募集時に十分な説明が必要であることに加えて、商品毎の保障内容、市場環境の動向によって変化する積立金や解約返戻金等の情報を適時・適切なタイミングで契約者に提供することが重要である。

2. 生命保険会社・代理店等の生命保険募集人の役割分担

生命保険会社と代理店等の生命保険募集人は、顧客からの契約内容に関する照会や苦情・相談への対応等、保険契約締結後に行うことが必要となる業務に関する分担について整理するとともに、顧客に対して苦情・相談の受付先を明示する等の策を講じ、顧客が照会先や相談先などで迷うことがないように態勢を整備する必要がある。とりわけ、代理店等の生命保険募集人においては、直接顧客と接し、募集を行う立場上、中長期においても顧客の最善の利益を追求する必要があるところ、市場リスクを有する生命保険を販売した加入経緯や顧客の特性を踏まえたフォローアップを行うことが重要である（以下の役割分担例も参考）。

（役割分担例）

生命保険会社	代理店等の生命保険募集人
<ul style="list-style-type: none"> ✓ コールセンターにおける照会対応 ✓ マイページでの契約照会対応 ✓ 加入者への一律の通知物の発送やメールでの連絡等 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 契約成立後の契約内容の確認 ✓ 販売した商品の特性や顧客の特性を踏まえた顧客毎のフォローアップ（定期訪問や相場急変時のフォロー）等

なお、生命保険会社においては、代理店等の生命保険募集人が適切にフォローアップするため必要な情報を提供できるよう態勢整備を行うことが重要である。

3. フォローアップの内容を明確化するための取組み

生命保険会社・生命保険募集人は、自社が募集した市場リスクを有する生命保険の契約内容に係るフォローアップに関して、下記①～④の記載例も参考にしつつ、自社の販売する商品の特性や顧客の特性を踏まえて、「実施頻度」、「実施方法」、「対象顧客」、「説明内容」といった基本項目を社内規程・マニュアル等に明記することが望ましい。

また、その取組状況や苦情発生状況等も踏まえ、定期的に当該規程・マニュアル等の有効性を検証する機会を設

ガイドライン		参照法令等
<p>けることが望ましい。</p> <p>尚、生命保険会社は、生命保険募集人における上記規程・マニュアルの整備状況や検証の実施状況を確認し、必要な対話を行うことが望ましい。</p>		
基本項目	記載例	
①実施頻度	<ul style="list-style-type: none"> ・ 年一回 ・ (定期的なコンタクトに加え) 相場急変時、目標値到達前 等 ・ 定期的に発送される通知前後 等 	
②実施方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 訪問・電話 ・ 顧客の再来店 等 	
③対象顧客	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特定保険契約全件 ・ 一定期間接触がない顧客 ・ 高齢者 ・ その他苦情発生状況等に応じ、効果的と判断する顧客等 	
④説明内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ ご加入の経緯・目的 ・ 保険契約加入の事実・契約の具体的な内容 ・ 積立金・解約返戻金等の現状 ・ 市場リスク・為替リスク等 	
<p>※ 商品の特性や顧客の属性を踏まえて行うことが重要</p>		
<p>4. 契約時に目標値（ターゲット）が定まっている契約についてフォローアップする場合の留意事項</p> <p>契約時に目標値（ターゲット）が定まっておき、目標値に到達すると、その成果を自動的に確保する保険においては、目標値の到達によって運用が停止されることにより将来利益の逸失が生じる可能性があることや、また、目標値に到達・解約した後、改めて目標値を設定した保険契約に加入する場合、顧客において、一般的には目標値変更以上のコストが生じることに鑑み、顧客の最善利益を追求する観点から、目標値到達前に、目標値の変更要否等についてフォローアップを行うことが重要である。なお、生命保険会社においては、代理店等の生命保険募集人が適切にフォローアップするため必要な情報として、目標値が設定されている契約の一覧等を提供することが望まし</p>		

ガイドライン	参照法令等
<p>い。</p>	
<p>IV その他留意すべき事項</p> <p>生命保険会社による銀行等代理店に対する保険募集並びに契約継続時のフォローアップに関する手数料は、保険会社の経営の健全性の確保及び銀行等代理店による保険募集の公正の確保の見地に加え、銀行等代理店を含めた保険募集人に支払われる業務委託費用やサービスの質に応じた対価と考えられるものであり、次の観点から設定することが望ましい。</p> <p>a. 保険会社からの委託を受けて銀行等代理店が行う業務の対価及び銀行等代理店が顧客に提供するサービスの質に応じた対価として相応しいものとなっているか</p> <p>b. 役務やサービスの提供を受ける顧客に合理的な説明ができるものとなっているか</p> <p>c. 顧客の意向に沿った商品の提案・説明を行うための適切な動機付けとなっているか</p> <p>(注釈：引用している法令等の略称は以下の通り。)</p> <p>【業法＝保険業法、規則＝保険業法施行規則、準用金商法＝保険業法 300 条の 2 で準用される金融商品取引法、金サ法＝金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律、消契法＝消費者契約法、監督指針＝保険会社向けの総合的な監督指針】</p>	