

「金融商品の販売等に関する法律」に関する指針

平成12年11月17日制定
平成15年8月21日改定

社 団 法 人 生 命 保 険 協 会

「金融商品の販売等に関する法律」に関する指針

目 次

指針策定にあたって.....	1
・ 「金融商品の販売等に関する法律」の制定経緯.....	1
・ 生命保険協会が当法律に関する指針を策定する意義と位置付け.....	1
保険商品販売に際しての重要事項の説明に関する指針.....	2
・ 説明の方法、程度.....	2
・ 説明義務の主体.....	4
・ 説明の相手.....	6
・ 説明すべき時期.....	6
・ 重要事項.....	7
・ 説明義務の免除.....	10
勧誘方針の策定・公表に関する指針.....	11
・ 総論.....	11
・ 義務の主体.....	12
・ 勧誘の対象となる者の知識、経験及び財産の状況に照らし配慮すべき事項 （いわゆる適合性の原則）.....	12
・ 勧誘の方法及び時間帯に関し勧誘の対象となる者に対し配慮すべき事項 （いわゆる不当勧誘の自制）.....	13
・ その他勧誘の適正の確保に関する事項.....	13
・ その他.....	13

指針策定にあたって

・「金融商品の販売等に関する法律」の制定経緯

平成12年5月23日、第147回国会において、「金融商品の販売等に関する法律」が成立し、同年5月31日、公布された（施行は平成13年4月1日）。

この法律は、金融分野における商品横断的な民事立法として、業者と消費者の間の情報力格差の存在を前提に、民法の不法行為法の原則を一部変更すること等を内容とする。その柱は、金融商品販売業者等に対する2つの義務、すなわち 所定の重要事項の説明義務、及び 勧誘方針の策定・公表義務からなっており、我々にはその確実な履行が求められている。

・生命保険協会が当法律に関する指針を策定する意義と位置付け

各生命保険会社は、平成13年4月1日の施行までに、この法律に関する実務対応を準備しなければならないが、法律は、上記義務を業者に課しているにとどまっており、説明の方法やその程度等に関し、個別の商品特性を踏まえた具体的な内容については定められていない。

そもそも、この法律の立法趣旨は、各業者の創意工夫を最大限尊重しつつ、ある種のマーケットメカニズムの活用を通じた業者間の競争促進により、顧客保護の強化を図る点にある。（ 1 ）

従って、こうした立法趣旨を踏まえれば、生命保険会社等の各業者が創意工夫しつつ競争を行うことが目標であり、業界団体たる生命保険協会が拘束力を有する規定を会員各社に義務付け、勧誘方針等に関するコンプライアンス競争を妨げることは適当でない。

一方で、この法律は、商品横断的・包括的な民事立法という性格から、相当程度抽象的な法文によって構成されており、その具体的実施にあたっては、解釈に委ねられている部分も大きい。

また、保険業法といった監督法規とは異なり、行政当局によるガイドラインの策定は期待できるどころではなく、最終的には、トラブル発生時の裁判所の判断により、その解釈が明らかになるという性格を有している。

このような訴訟に代表されるトラブルの発生は、業者、消費者の双方にとって好ましくなく、むしろこの法律の着実な履行により、その発生が防がれるべきものであることは言うまでもない。

こうした背景に基づき、生命保険協会としては、生命保険分野における解釈も踏まえ、この法律の指針を会員各社にお示しすることとした。（ 2 ）

この指針は、いわば会員各社による共有が求められる考え方を示したものであり、本指針に基づきつつ、各会員会社が創意工夫を積極的に行うことによりこの法律のねらいが実現されることが望まれる。

なお、もとより生命保険協会が有権解釈を行えるわけではなく、この指針が法的に何らかの拘束力を持つものではないことにつき確認をしておきたい。

各会員会社におかれては、以上のような本指針の位置付けをよくご理解頂き、実務対応にお取り組み頂くことをお願いしたい。

1 「金融審議会第一部会中間整理（第二次）」（平成11年12月21日公表）には「販売業者による適切な勧誘を確保していくためには、行政の監督だけでなく、業者自身の自主的な対応が極めて重要である。」（16ページ）との記述がある。

2 生命保険協会定款第2条は、「本会は、わが国における生命保険業の健全な発達及び信頼性の維持を図ることを目的とする。」としている。

なお、「金融審議会第一部会中間整理（第二次）」においては、「商品毎の説明事項の具体的な内容及び説明の方法については、業界団体等においても、ガイドライン等の作成・公表に向けた検討を行うとともに、社内規程の整備にも反映されることが望ましい。」（14ページ）との記述がある。

投信販売等、保険募集（保険契約の締結）以外に、この法律の適用対象となる業務を行っている保険会社は、当該業務においても、この法律への実務対応が必要となる。

本指針は「金融商品の販売等に関する法律」のみを対象とするものであり、保険業法その他の法令については、別途それらを踏まえた対応が必要となる。

「金融商品の販売等に関する法律」に関する生命保険協会の指針（保険商品販売に際しての重要事項の説明に関する指針）

項目（関連条文等）	解釈上の参考事項	指 針
<p>説明の方法、程度 （第3条第1項）</p> <p>第3条第1項 金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行おうとするときは、当該金融商品の販売等に係る金融商品の販売が行われるまでの間に、顧客に対し、次に掲げる事項（以下「重要事項」という）について説明をしなければならない。</p>	<p>法文上は、説明の方法、程度等については、直接規定されていない。</p> <p>実務上は、次のような対応が考えられる。</p> <p>顧客の理解 一般的な投資家あるいはその商品を購入することが予想される顧客の大多数が理解できること （金融審議会第一部会『第二次中間整理』P56） 説明義務を履行したことの証明 説明義務を履行したことが証明でき、訴訟等に対応できること</p> <p>保険業法の説明義務との関係 保険業法100条の2、施行規則53条では、保険会社に対し、書面交付による説明義務を課している。 この義務を果たすべきことは当然であるが、それさえ履行すれば、「金融商品の販売等に関する法律」での説明義務も充足されるわけではない。 「金融商品の販売等に関する法律」の説明については、顧客の大多数が理解できるような「実質的な説明」がなされているかが、訴訟になったケースについては個々事案に即して判定される。</p> <p>参考 国会答弁 ・説明の方法 宮澤大蔵大臣（4月20日参議院財政・金融委） 「販売業者に説明義務というものを典型的ではあるけれどもきちんと課して、そして相手にそれが常識的にわかるような説明をしていると。ただ、紙を1枚これですといったようなこともいけない。」</p> <p>政府参考人（4月20日参議院財政・金融委） 「本法案は実は販売業者の説明義務を類型化して明示しておりますが、具体的な説明の方法につきましては特段の規定は置かないこととしております。これは、説明方法を法定いたしますと、逆に形式的な要件のみを満たしていれば説明を行ったこととみなされて違法性が認定されないという可能性がありまして、結果的には顧客にとって不利益となるおそれがあると考えられるからでございます。 したがって、本法案におきましては、あくまで説明が実質的に行われることが必要であると考えておりまして、書面の交付も大変有用ではございますが、交付をすれば重要事項の説明義務を果たしたことに必ずしもならないということでございます」</p>	<p>この法律で求められる説明の水準 実質的な説明、すなわち、大多数の顧客が、リスクを理解できる水準の説明が、この法律では求められる。 これは、あらゆる販売・勧誘形態に共通するものである。</p> <p>例えば、対面販売・勧誘では、以下の措置をとることが望まれよう。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・書面の交付 顧客の理解を得る観点からは書面の交付が有用であり基本的に望ましいものと考えられる。 ・書面の形式、手交等 顧客の大多数が理解できるものとする工夫が必要である。簡潔かつ分かりやすい表現を盛り込んだ、説明書を作成、手交することが望ましい。 さらに、そのことにつき顧客の受領印を取得しこれを保管しておくといった方法をとる等、このことを後で証明できるような手だてを取っておくといった対応も考えられよう。 文字の大きさ、注意喚起の方法、全体の分量等、書面の態様にも配慮が必要である。 ・口頭による説明 この法律の趣旨に鑑みれば、形式的に書面さえ交付すれば説明が足りるものではなく、業者が免責されるわけではない。 併せて、口頭による説明を行い、顧客から示された疑問に回答する等、顧客との対話を通じ、顧客の理解を得られるように努めることが望まれる。 <p>また、非対面販売・勧誘（インターネット、通信等の手法によるもの）においても、実質的な説明、すなわち、大多数の顧客が、リスクを理解できる水準の説明がこの法律で求められていることに変わりはない。 ただし、こうした勧誘形態においては、対面での勧誘と比較して、双方向性に乏しく一方的な説明に陥るおそれがある。すなわち、状況に応じつつ、顧客との対話を展開することが難しく、この点、以下のような措置をとることが望まれよう。</p>

項 目（関連条文等）	解釈上の参考事項	指 針
	<p>政府参考人（５月１９日衆議院大蔵委） 「一般論としては、もちろん書面での業者の説明が伴うという事は望ましいことではないかと考えております。」 林政務次官（４月２７日参議院財政・金融委） 「本法案においての説明義務は、一般の大多数の顧客にとってリスクを理解できるということになっております。」</p> <p>・インターネット取引について 政府参考人（５月１９日衆議院大蔵委） 「今回の法案では、販売業者は、インターネット等を通じて販売を行う場合であっても説明義務が課され、重要事項についての説明が実質的に行われることが必要でございます。 具体的にどのような方法でインターネット上における説明を確保するかにつきましては、現在この法案の趣旨にのっとりまして、実務的に検討されているところでございますが、例えば、説明内容を画面に表示させて顧客の返信メール、契約の時には返信メールがあるわけですから、そのところで説明を受けたという確認、クリックということでございますでしょうか、あるいは画面上において問い合わせ窓口やメールアドレスを設定するなり、照会頻度の高いＱ＆Ａの掲載等が考えられるわけでございます。 ただ、ご指摘のように、それではこれで万全か否かという問題は最後まで残るわけでございまして、この辺は日々知恵を出して工夫をしていただくということでございますが最終的にもし争いになれば、この点について実質的な説明義務が果たせたかどうか、法廷での判定にゆだねられざるを得ない場合もあろうかと思っております。」</p> <p>金融審議会第一部会「第二次中間整理」Ｐ５６ 「書面によるかあるいは口頭で行うか等の具体的な方法については、業界団体等においても、ガイドラインの作成・公表に向けた検討を行うとともに、社内規程の整備にも反映させることが望ましく、これにより顧客とのトラブル発生の可能性を低下させていくことにも貢献するものと考えられる。」</p>	<p>例．インターネットによる場合 ・照会頻度の高い質問についてＱ＆Ａを掲載 ・問い合わせ窓口をメールアドレス等で表示 ・顧客が、疑問を生じたり、確認を必要とした場合、前のページに戻れるようなボタンや、次のページに進む場合の確認ボタンの設置をする等、ソフトウェア面での開発に工夫を凝らすこと 等</p> <p>例．通信による場合 ・照会先の電話番号を表示する等して、顧客と対話できる機会を確保すること。特に、顧客の質問に対し口頭等で回答できるようにすること</p> <p>なお、以上の記述は、あくまでこの法律に関わるものである。 この法律で求められる説明に加え、保険業法はじめ他の法令で説明が求められる場合、それらを踏まえた対応が別途必要であることは言うまでもない。</p>

項 目（関連条文等）	解釈上の参考事項	指 針
<p>説明義務の主体 （第3条第1項、第2条第3項、第2条第2項、第3条第3項）</p> <p>第3条第1項 金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行おうとするときは、当該金融商品の販売等に係る金融商品の販売が行われるまでの間に、顧客に対し、次に掲げる事項（以下「重要事項」という）について説明をしなければならない。</p> <p>第2条第3項 この法律において「金融商品販売業者等」とは、金融商品の販売等を業として行う者をいう。</p> <p>第2条第2項 この法律において「金融商品の販売等」とは、金融商品の販売又はその代理若しくは媒介（顧客のために行われるものを含む。）をいう。</p> <p>第3条第3項 一の金融商品の販売について二以上の金融商品販売業者等が第一項の規定により顧客に対し重要事項について説明をしなければならない場合において、いずれかの金融商品販売業者等が当該重要事項について説明をしたときは、他の金融商品販売業者等は、同項の規定にかかわらず、当該重要事項について説明をすることを要しない。ただし、当該他の金融商品販売業者等が政令で定める者である場合は、この限りでない。</p>	<p>法律上は、以下の構造となっている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「金融商品の販売等」（第2条第2項） 金融商品の販売又はその代理若しくは媒介。 ・「金融商品販売業者等」（第2条第3項） 「金融商品の販売等」を「業として行う者」。 ・説明義務の主体（第3条第1項） 「金融商品販売業者等」が説明義務の主体。 勧誘方針の策定・公表義務の主体も同様（第8条）。 ・複数の者が説明義務を負う場合（第3条第3項） いずれか一の業者が説明すればよい。 <p>保険での解釈</p> <ul style="list-style-type: none"> ・保険会社、代理店、保険仲立人 いずれも、「金融商品販売業者等」にあたり説明義務を負う。 ・営業職員 保険業法上の取扱 募集とは契約締結の代理又は媒介とされており、営業職員は保険契約締結の媒介行為を行っていることから、「金融商品販売業者等」にあたるかが問題となる。 結局は、「業として行う者」にあたるかの問題となる。 この点、雇用契約に基づく使用人であれば、「業として行う者」にあたらぬとする解釈が通常とられているから、そのような営業職員は「金融商品販売業者等」に該当しないものと思われる。 ・複数の者が本法の説明義務を負う場合 保険会社は常に説明義務を負う。代理店、保険仲立人等が説明義務を負う場合、法律上はいずれかの者が説明すれば足ることになる。 ただし、代理店、保険仲立人が説明義務を怠った場合や誤った説明をした場合には、保険会社自体の説明が問われることとなるため、代理店、保険仲立人任せとせず、保険会社が自ら教育・指導等を通じ、積極的に説明義務の履行の確保に努めることが求められよう。 	<p>説明義務の主体</p> <ul style="list-style-type: none"> ・保険会社 保険会社は、この法律の説明義務を履行する必要がある。 <p>営業職員等、保険会社の使用人として実際に勧誘を行う個人は、本法の説明義務を法的に必ずしも負うわけではないが、保険会社は実際には営業職員等の説明を通じ、本法の説明義務を履行することとなる。 従って、保険会社は、この法律に関し、営業職員の教育、指導に努めることが強く望まれる。 具体的には、この法律での説明義務の存在、説明義務を尽くすこと、説明すべき内容等の教育を通じ、営業職員の知識・行動規範を確立することが望まれる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・代理店、保険仲立人 代理店、保険仲立人も本法の説明義務を負う。 ただし、この場合についても、引受保険会社は代理店、保険仲立人が、この法律を理解し説明義務を遵守することを確保するための、努力を行うことが望まれる。

項 目（関連条文等）	解釈上の参考事項	指 針
	<p>参考 国会答弁 政府参考人（４月２０日参議院財政・金融委） 「業者に所属する販売員は商品の仕組みに関しましても最低限本法案に重要事項として規定されている程度までは理解している必要があります。その結果、もし販売員の誤認識により誤った説明がなされた場合等は、そのような販売員を使って金融商品を販売し説明義務違反があった以上、事業者の段階で顧客に生じた損害を賠償する責任を負うということでございます。」</p>	

項目（関連条文等）	解釈上の参考事項	指 針
<p>説明の相手（第3条第1項、第3条第4項、第2条第4項）</p> <p>第3条第4項 第一項の規定は、次に掲げる場合には、適用しない。</p> <p>一 顧客が、金融商品の販売等に関する専門的知識及び経験を有する者として政令で定める者（第8条第1項において「特定顧客」という。）である場合</p> <p>二 重要事項について説明を要しない旨の顧客の意思の表明があった場合</p> <p>第2条第4項 この法律において「顧客」とは、金融商品の販売の相手方をいう。</p>	<p>法文上は、以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・説明を行う相手 「顧客」（第3条1項）をいう。 ・「顧客」とは 「金融商品の販売の相手方」（第2条4項）をいう。 <p>保険での解釈 保険契約者が該当する。被保険者や保険金受取人に対して説明をする義務は、本法上は課せられていない。</p> <p>保険契約者が未成年者、成年被後見人、被保佐人、被補助人といった民法上の制限能力者である場合には、保険契約者のみならず、代理権者または同意権者にも説明を行うことが適切な場合があり、この点に留意した実務対応が考えられる。</p>	<p>説明の相手方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・この法律の説明義務は、保険契約者となる者に対して履行することが求められる。
<p>説明すべき時期（第3条第1項）</p> <p>第3条第1項 金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行おうとするときは、当該金融商品の販売等に係る金融商品の販売が行われるまでの間に、顧客に対し、次に掲げる事項（以下「重要事項」という）について説明をしなければならない。</p>	<p>法文上は、以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「金融商品の販売が行われるまでの間に、...説明しなければならない。」 <p>保険での解釈</p> <ul style="list-style-type: none"> ・通常の新契約 保険契約の締結までに説明すればよいものと思われる（契約締結までは、顧客が契約に拘束されることはなくいつでも離脱できるため）。 ・契約の転換 新たな契約の締結であるため、新契約締結時までに説明が必要となろう。 ・既契約への特約途中付加、保険金額の増額、被保険者の追加、延長・払済契約への移行等 そもそも、その都度説明することが必要か 特約途中付加等も保険契約の締結にあたる以上、文理上はその都度の説明が必要。 <p>説明が必要とした場合の説明内容 個別事例により判断せざるを得ない。 基本的には、最初の契約時にも説明をしている以上、本法上の重要事項について、変更された事情がある場合にのみ、これを説明すれば良いと思われる。 （最初の契約時の説明により、顧客は重要事項について理解しているはずである。）</p>	<p>説明の時期</p> <ul style="list-style-type: none"> ・この法律の説明義務は、契約締結時までに果たすことが求められているものと解される。 ・契約の転換は、契約を根本から変更するものであり、新たな契約の締結と解される。 従って、転換契約の締結までに、本法の説明義務を果たすことが必要となる。 ・一方、既契約への特約の途中付加、保険金額の増額、被保険者の追加、延長・払済契約への移行等については、その際のリスクの変化等を踏まえ、改めて本法の説明義務を果たすことが必要となるかについて実質的に判断することが求められる。 <p>具体的には、</p> <p>この法律上、説明を求められているリスク等が新規に発生する場合 この法律上、説明を求められているリスク等の性格、内容が改めて説明が必要と考えられる程度に変質した場合</p> <p>には、改めて本法の説明を行う必要があるものと考えられる。</p>

項目（関連条文等）	解釈上の参考事項	指 針
	<p>特約付加により元本割れのリスクが生じる場合等には本法所定の重要事項について、当初契約時から事情が変更されていることから、契約全体について改めて説明が必要となろう。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続的契約の更新（顧客からの特段の申出がないことを条件として更新されるもの） 個別事例により判断せざるを得ない。 一般的には、更新は契約締結に該当する。 ただし、元契約と更新後の契約を継続的契約と解することができれば説明不要とも考えられる。 しかし、更新されない条件等によっては、継続的契約と解することはできない場合もあり得る。 	
<p>重要事項 （第3条第1項第1号～第4号）</p> <p>第3条第1項 金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行おうとするときは、当該金融商品の販売に係る金融商品の販売が行われるまでの間に、顧客に対し、次に掲げる事項（以下「重要事項」という）について説明をしなければならない。</p> <p>一 当該金融商品の販売について金利、通貨の価格、有価証券市場における相場その他の指標に係る変動を直接の原因として元本欠損が生ずるおそれがあるときは、その旨及び当該指標</p> <p>二 当該金融商品の販売について当該金融商品の販売を行う者その他の者の業務又は財産の状況の変化を直接の原因として元本欠損が生ずるおそれがあるときは、その旨及び当該者</p> <p>三 前二号に掲げるもののほか、当該金融商品の販売について顧客の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものとして政令で定める事由を直接の原因として元本欠損が生ずるおそれがあるとき</p>	<p>生命保険での「元本欠損」 保障を主目的とする生命保険にあって、「元本欠損」概念をどう捉えるかは、そもそも非常に難しい問題である。 生命保険には元本欠損がないという解釈が受け入れられない可能性もあると思われることから、本指針では、契約者等が受け取ることとなる金額の合計額が、契約者が支払う保険料の額を下回る可能性があることが「元本欠損が生ずるおそれ」となるとの前提で議論する。</p> <p>法文上は、以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第1号 いわゆる市場リスク 「当該金融商品の販売について金利、通貨の価格、有価証券市場における相場その他の指標に係る変動を直接の原因として元本欠損が生ずるおそれがあるときは、その旨及び当該指標」 ・第2号 いわゆる信用リスク 「当該金融商品の販売について当該金融商品の販売を行う者その他の者の業務又は財産の状況の変化を直接の原因として元本欠損が生ずるおそれがあるときは、その旨及び当該者」 ・第3号 その他政令で定めるもの。 - 今後の新たなリスクに備えるものであり、現段階では規定される予定はない。 ・第4号 権利行使期間、契約解除期間の制限 「当該金融商品の販売の対象である権利を行使することができる期間の制限又は当該金融商品の販売に係る契約の解除をすることができる期間の制限があるときは 	<p>重要事項の説明 元本欠損 「元本欠損が生ずるおそれ」が、契約者等が受け取ることとなる金額の合計額が、契約者が支払うこととなる保険料の額を下回る可能性があることと解釈されると、変額保険、外貨建て保険以外の生命保険についても、「元本欠損が生ずるおそれ」に該当する場合があります。あり得よう。 この場合、重要事項の説明が必要か否かは、基本的には、市場リスク、信用リスクといったその他の要件に該当するか否かによることとなると考えられるが、かかる「元本欠損が生ずるおそれ」が発生し得る保険商品については、「契約者等が受け取ることとなる金額の合計額が、契約者が支払うこととなる保険料の額を下回る可能性がある」といった説明を行うことが望まれよう。</p> <p>市場リスク 少なくとも、変額保険、外貨建て保険については、本法第3条第1項第1号の、いわゆる市場リスクの説明が必要となる。具体的には、以下のような説明が考えられる。</p>

項目（関連条文等）	解釈上の参考事項	指 針
<p>きは、その旨及び当該事由</p> <p>四 当該金融商品の販売の対象である権利を行使することができる期間の制限又は当該金融商品の販売に係る契約の解除をすることができる期間の制限があるときは、その旨</p>	<p>その旨」 - ワラント、オプションが典型。</p> <p>保険での解釈</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 第1号に該当するもの 変額保険、外貨建保険等。 保険金額が定額でなく、指標によって直接変動することから。 ・ 第2号に該当するもの 全保険商品。 いかなる保険会社にも、契約条件の変更の直接の原因となる業務又は財産の状況の変化が生じる可能性があるから。 ・ 第4号に該当するもの 保険契約者の解約権行使期間を制限するような場合には説明が必要と思われる。 <p>復活権については、「当該金融商品の販売の対象となる権利」に該当せず、第4号での説明は不要と解されよう。</p> <p>具体的な説明内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 第1号 一般論として、一般的大多数の人に理解できるよう説明することが必要。 ただし、どれだけ指標が変動したら保険金はどうなるとか、指標低下の可能性は何%であるといった予測は断定的判断の提供に該当しかねず、許されるものではない。 ・ 第2号 まず、平成15年7月25日公布（同年8月24日施行）の「保険業法の一部を改正する法律」（平成15年法律第129号）により既契約の契約条件の変更に係る制度が導入されたことに鑑み、経営破綻の場合に限定せずに信用リスクを説明することが必要と考えられる。 <p>次に、経営破綻の場合に関する説明が必要と考えられる。国会答弁でも、生命保険契約者保護機構への言及は必要とされているが、具体的な説明にあたっては、以下の点を十分踏まえて検討することが必要と考えられる。 機構の補償内容は将来的に変わり得ること、特に長期契約の多い生命保険ではその可能性が高いこと</p>	<p>変額保険＜例＞ 「変額保険とは、保険金額や解約払戻金額が特別勘定資産の運用実績に基づいて増減する仕組みの保険です。 特別勘定資産は、株式、公社債、貸付金等に投資されます。 特別勘定の資産運用には、株価の低下や為替の変動等による投資リスクがあります。 場合によっては、お受け取りになる保険金額や解約払戻金額の合計額が、払い込まれた保険料の合計額を下回る可能性があります。」</p> <p>満期保険金のあるタイプの場合、次のような説明も併せて必要となろう。 「満期を迎えられますと、運用実績に応じた満期保険金をお支払いします。なお、満期保険金については死亡・高度障害保険金とは異なり最低保証をいたしませんので運用実績によっては、お受け取りになる満期保険金額はご契約の際に定めた基本保険金額、または払い込まれた保険料の合計額を下回ることがあります。」</p> <p>外貨建て保険＜例＞ 「保険金額は外貨によって表示されます。 従って、その通貨についての為替リスクがあり、為替の変動によっては、日本円に換算した保険金額等が低下することがあります。 この為替リスクは、ご契約者に帰属します。」</p> <p>より個別具体的な指標により保険金額等が変動する商品の場合には、その指標を明示することが必要であろう。</p> <p>有配当契約の配当については、市場の変化を一要素として考慮しつつ、保険会社の判断を経て決定されるものであるため、「直接の原因として元本欠損が生ずるおそれがある」には該当しないものと考えられる。</p>

項 目（関連条文等）	解釈上の参考事項	指 針
	<p>機構は保険会社から独立した法人であり、機構の詳細について責任をもって説明し得る立場にないこと 現行の補償内容は元本欠損のおそれをゼロとするものではないこと</p> <p>詳細な説明の結果、かえって顧客の誤解を招くおそれもあり、結局は、保護機構の存在に触れた上で、詳細は保護機構に連絡いただく対応とせざるを得ないか。</p> <p>参考 国会答弁 政府参考人（4月20日参議院財政・金融委） 「本法案におきましては、元本欠損が生ずるおそれがある旨及びその原因となる事由等を説明すべき重要事項として規定しております一方、今ご指摘の例えば取引に係る手数料とか税金とか商品の仕組み一般とか等々につきましては直接説明事項として明示はされておられません、法律の基本構成が説明義務違反があれば損害賠償というふうな仕組みでございますので、そのような立法体系になっておりますが、結局、重要事項の説明を行う際に、重要事項に密接に関連する部分につきましては、当然その重要事項を説明する必要性があり、当然説明されることになるのではないかとこのように考えておきまして、法律上明定されておきませんが、重要事項に係るその他の事柄も説明の際には当然含まれて来るのであろうというふうに考えております。」</p> <p>・第1号関係 「当該指標というのは、1号であれば金利とか通貨の価格、株価とかそういう指標でございます。 その商品によって、例えば株式投信であれば株式相場がどうなるかによっては元本欠損しますよと、いろんな商品、デリバティブとかいろいろございますので、それぞれ何によって商品価値が定まるかということの説明するということでございます。 その指標がどのくらい変動したらというような予想とかを含むものではなくて、その指標そのものの種類をきちっと説明するというふうに解釈をしております。どれくらい株価が下がったら元本が欠けますというようなことまで業者が説明する義務はないというふうに考えております。」</p> <p>・第2号関係 「発行者あるいは販売業者の信用リスクあるいはデフォルトリスクのようなものを、つまりディスクロージャー関係の</p>	<p>信用リスク 全保険商品について、本法第3条第1項第2号の、いわゆる信用リスクの説明が必要である。 一般論として、経営破綻の場合に限定しない説明と、経営破綻の場合に関する説明をする必要があり、後者においては生命保険契約者保護機構についても言及することが必要であるが、誤解を招きかねない説明は避けるべきである。 具体的には、以下のような説明をすることが考えられる。</p> <p>「保険会社の業務又は財産の状況の変化により、ご契約時にお約束した保険金額、年金額、給付金額等が削減されることがあります。 なお、生命保険契約者保護機構の会員である生命保険会社が経営破綻に陥った場合、生命保険契約者保護機構により、保険契約者保護の措置が図られることがあります。この場合にも、ご契約時の保険金額、年金額、給付金額等が削減されることがあります。詳細については、生命保険契約者保護機構までお問い合わせ下さい。」</p> <p>生命保険契約者保護機構が定める生命保険契約者保護機構の表示ルールが存在する点に留意することが必要である。</p> <p>・上記のように、この法律による説明が求められているのは、基本的に「市場リスク」「信用リスク」であるが、実際に重要事項説明書等を用い説明する際には、当該商品の仕組みを分かりやすく解説する中で、この法律が直接説明を義務付けているリスクを、その一部に盛り込み、ご契約者の十分な理解を得るための工夫を行うことが、望まれよう。</p> <p>なお、仮に重要事項説明書（仮称）を作成する場合、保険業法等によって義務付けられる他の重要事項（例えば保険業法100条の2）も併せて記載し、一覧することも、一つの方法であろう。</p>

項 目（関連条文等）	解釈上の参考事項	指 針
	<p>情報提供、そして万が一の場合のセーフティネット、銀行であれば預金保険制度でこうなっていると、証券であれば投資者保護基金とか、保険の場合もございますので、そのようなことまでは説明する必要があるのではないかと考えます。」</p>	
<p>説明義務の免除（第3条第4項）</p> <p>第3条第4項 第一項の規定は、次に掲げる場合には、適用しない。</p> <p>一 顧客が、金融商品の販売等に関する専門的知識及び経験を有する者として政令で定める者（第8条第1項において「特定顧客」という。）である場合</p> <p>二 重要事項について説明を要しない旨の顧客の意思の表明があった場合</p>	<p>法文上は、以下の通り。</p> <p>・第1号 顧客がいわゆるプロである場合 「金融商品の販売等に関する専門的知識及び経験を有する者として政令で定める者」である場合 ただし、政令では、プロの範囲は極めて限定される可能性がある。</p> <p>・第2号 重要事項について説明を要しない旨の顧客の意思の表明があった場合</p> <p>保険実務での対応 結局は、訴訟での立証の問題となる。 安易な説明義務免除ではないことを証明できるよう、相応の訴訟対策が必要。 単に口頭で顧客が了承したというだけでは足りないものと思われる。 まず説明に努め、どうしても顧客の意思が強い場合にはその旨の書証を確保しておくことが必要であろう。 そうすると、結局は、本法の説明義務を尽くすことと、顧客の意思を確認しておくこととは、実質的にあまり差はないと思われる。 また、たとえ顧客が説明不要と意思表示したとしても、当然のことながら保険業法施行規則53条の説明義務は免除されるわけではない。</p> <p>参考 国会答弁 大野総括政務次官（5月19日衆議院大蔵委） 「問題となりますのは、裁判上、本人が説明要りませんよと本当に言ったのかどうかという問題でございます。 そういう場合に、説明を要しない旨の意思表示については本当にお客さんがリスクをきちっと認識しているかどうかそれから認識した上で自主的に説明が要りませんよとやっているのかどうか、これは裁判上実質的に争っていくべきものだと思います。」</p>	<p>顧客が本法の説明を不要とした場合の対応</p> <p>・説明の実行 顧客が、本法所定の重要事項について十分理解しないまま、多忙等を理由に説明を不要とする申出を行うことは、実際にも生じ得るものと思われる。</p> <p>しかし、顧客から本法の説明を不要とする申出があった場合、安易にこれを受け入れて説明を不要とする運用がなされると、本法の趣旨を損なうおそれがある。</p> <p>コンサルティングが重要である生命保険の販売・勧誘においては、真に顧客が説明を省略してもよい意思を有しているのか、例えば多忙の中一過性の意思を表明されたにすぎないのかについて、十分な見極めを行う必要がある。</p> <p>従って、基本的には、顧客の理解を得つつ、説明を省略しない対応に努めるべきと考えられる。</p>

「金融商品の販売等に関する法律」に関する生命保険協会の指針（勧誘方針の策定・公表に関する指針）

項目（関連条文等）	解釈上の参考事項	指 針
<p>総論（第8条、第9条）</p> <p>第8条 金融商品販売業者等は、業として行う金融商品の販売等に係る勧誘をしようとするときは、あらかじめ、当該勧誘に関する方針（以下「勧誘方針」という。）を定めなければならない。 ただし、当該金融商品販売業者等が、国、地方公共団体その他勧誘の適正を欠くおそれがないと認められる者として政令で定める者である場合又は特定顧客のみを顧客とする金融商品販売業者等である場合は、この限りでない。</p> <p>2 勧誘方針においては、次に掲げる事項について定めるものとする。</p> <p>一 勧誘の対象となる者の知識、経験及び財産の状況に照らし配慮すべき事項</p> <p>二 勧誘の方法及び時間帯に関し勧誘の対象となる者に対し配慮すべき事項</p> <p>三 前二号に掲げるもののほか勧誘の適正の確保に関する事項</p> <p>3 金融商品販売業者等は、第一項の規定により勧誘方針を定めるときは、政令で定める方法により、速やかに、これを公表しなければならない。これを変更したときも、同様とする。</p> <p>第9条 前条第一項の規定に違反して勧誘方針を定めず、又は同条第三項の規定に違反してこれを公表しなかった金融商品販売業者等は、五十万円以下の過料に処する。</p>	<p>本法の趣旨</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 業者の自主性 本法は勧誘方針の内容については、適合性原則、不当勧誘の自制を盛り込むことだけが求められている。 これは、基本的に、各業者の自主性に期待したものといえる。 ・ 実効性の確保 策定・公表義務違反に対する過料（50万円以下） 公表による市場原理 - 顧客・市場の評価にさらすことによって、業者間の競争を促進し、ひいては顧客保護を図るもの。 <p>保険実務での対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 本法の趣旨 各業者の創意工夫によるコンプライアンスが、公表による競争原理の導入を通じて向上することに期待するものである。 本指針はこれを妨げるものではなく、また妨げてはならない。 <p>過料の手続 非訟事件手続法により、裁判所が判断。</p> <p>公表方法については、後日政令で定められる予定であり、これを待って対応することとしたい。</p> <p>参考 国会答弁 大野総括政務次官（5月19日衆議院大蔵委） 「勧誘方法を策定するということを法律で義務づけている、その勧誘方法を公表するということを法律で義務づけているわけでありまして、勧誘方法がどうであろうともそれは構わないという法律の建前になっております。 なぜそういう法律の建前になっているか。それは、そういうことは販売業者の間で争っていく、争って自らがいい勧誘方法を見出していく、それが今の市場原則に照らして一番いい方法ではないか、こういう考え方に立脚しているわけです。 全て販売業者の自主的な判断に任せていく、そのことによってお客様の評価が出て参ります。そうすると、その評価の上に立って業者間の競争が促されてきて、そこでいい勧誘方法が生まれてくる、こういうような背景で立法しております。」</p>	<p>勧誘方針の策定・公表義務 この法律は、勧誘方針の策定・公表を義務付けているがその内容として、 「勧誘の対象となる者の知識、経験及び財産の状況に照らし配慮すべき事項」 「勧誘の方法及び時間帯に関し勧誘の対象となる者に対し配慮すべき事項」 「勧誘の適正の確保に関する事項」 を盛り込むことを求めている。 その具体的な内容については、業者の自主性に委ねられている。これは各業者の創意工夫について、いわば競争原理を導入することで、コンプライアンス体制の向上に期待するものである。</p> <p>本指針は、この競争を妨げるものではないし、また妨げるものであってはならない。</p> <p>各業者におかれては、このような本指針の位置付けをご理解頂いた上で、コンプライアンス策定作業にお取り組み頂きたい。</p>

項目（関連条文等）	解釈上の参考事項	指 針
<p>義務の主体（第8条第1項）</p> <p>第8条 金融商品販売業者等は、業として行う金融商品の販売等に係る勧誘をしようとするときは、あらかじめ、当該勧誘に関する方針（以下「勧誘方針」という。）を定めなければならない。 ただし、当該金融商品販売業者等が、国、地方公共団体その他勧誘の適正を欠くおそれがないと認められる者として政令で定める者である場合又は特定顧客のみを顧客とする金融商品販売業者等である場合は、この限りでない。</p>	<p>法文上は、次の通りとなっている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「金融商品販売業者等」 これは説明義務が課せられる「金融商品販売業者等」と同一概念である（説明義務の指針を参照）。 従って、保険会社、保険仲立人、代理店が義務の主体となり、一般の営業職員は義務の主体とならない。 <p>実務上、保険会社に求められる主な対応は以下の通り。</p> <p>勧誘方針の策定 勧誘方針の公表 営業職員教育の徹底 営業職員は、通常は勧誘方針の策定・公表義務を負わないが、営業職員への教育は次の項目について必要。 〔本法で勧誘方針の公表が義務付けられたこと、 顧客から照会があった場合の対応 等 代理店、保険仲立人の支援 策定・公表義務の主体となる代理店、仲立人に対し、勧誘方針の策定・公表につき支援を行う。〕</p>	<p>保険会社に求められる対応 勧誘方針の策定・公表義務を自身が履行する。</p> <p>営業職員に対して、策定・公表された勧誘方針の内容について、教育・指導を行う。 また、勧誘方針について顧客から照会があった場合の対応方法を定め、これを周知する必要がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・代理店・保険仲立人対応 本法の策定・公表義務の主体となる代理店・保険仲立人に対して、必要に応じ、支援を行うことが考えられよう。
<p>勧誘の対象となる者の知識、経験及び財産の状況に照らし配慮すべき事項（いわゆる適合性の原則） （第8条第2項第1号）</p> <p>第8条 2 勧誘方針においては、次に掲げる事項について定めるものとする。 一 勧誘の対象となる者の知識、経験及び財産の状況に照らし配慮すべき事項</p>	<p>法の趣旨 いわゆる適合性原則を勧誘方針に盛り込むよう義務付けている。その具体的内容は、業者に委ねられている。</p> <p>保険での対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一般論 保険一般について、いわゆる適合性原則がそのままあてはまるかどうかはともかく、顧客の意向と実情に配慮した勧誘は必要であろう。 一方で、顧客のプライバシーへの配慮も不可欠であり、詳細な事項に及ぶ調査ができない以上、慎重な指針作成が求められよう。 ・変額保険、外貨建て保険等 保険商品の中でも、本法の市場リスクが存在する商品であり、勧誘方針への反映が必要と思われる。 また、過去のトラブルに鑑みると、顧客が融資によって保険料を支払っている場合の危険性が特に高いことからこれに対して留意する姿勢は示すことが望ましい。 <p>参考 国会答弁 大野総括政務次官（5月19日衆議院大蔵委） 「問題点は、やはり、あなたはどのような経験を持っていますか、あなたの財産は幾らですかというところまで踏み込んでいきますと、プライバシーの問題に踏み込んでしまうのではないかと、こういう問題も出てくるわけです。」</p>	<p>顧客の知識、経験及び財産の状況に照らし配慮すべき事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ・原則 生命保険会社は、モラルリスクの排除や顧客のプライバシーに配慮しつつ、顧客の意向と実情に配慮した勧誘を行うよう努めるものとする。 <p>生命保険においては、顧客の属性等により形式的に販売自体を禁止しなければならない商品は存在しないものと思われる。 ただし、顧客に帰属するリスクの程度が、商品により異なることは事実であるから、これに配慮した販売・勧誘の方法、形態が求められよう。 いずれにせよ、コンサルティング活動を通じて、顧客の意向と実情に応じた商品設計、勧誘に努めることが重要と考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・変額保険、外貨建て保険等 特に、この法律で説明が義務付けられている市場リスクが存在する商品については、その勧誘の際に、リスクの程度等必要に応じ、顧客の商品購入目的、投資等の経験、年齢、財産、収入の状況等に十分留意した販売に努めることが必要である。

項目（関連条文等）	解釈上の参考事項	指 針
<p>勧誘の方法及び時間帯に関し勧誘の対象となる者に対し配慮すべき事項（いわゆる不当勧誘の自制） （第8条第2項第2号）</p> <p>第8条 2 勧誘方針においては、次に掲げる事項について定めるものとする。 二 勧誘の方法及び時間帯に関し勧誘の対象となる者に対し配慮すべき事項</p>	<p>法の趣旨 いわゆる不当勧誘の自制を勧誘方針に盛り込むよう義務付けている。その具体的内容は、業者に委ねられている。</p> <p>保険での対応 勧誘方法、勧誘の時間帯は、特に各業者が自主的個別的に決定すべき事項である。 従って、本指針では包括的な方向性を示すことのみ行う。</p> <p>なお、消費者契約法で規制されている不退去・監禁の勧誘が許されないことは当然といえる。</p>	<p>勧誘の方法及び時間帯に関し勧誘の対象となる顧客に対し配慮すべき事項 生命保険商品は多種多様であり、顧客のライフスタイルに即した商品設計、提案に基づいた販売を行うことが重要である。</p> <p>このような生命保険の特性から、一般的に、勧誘にあたっては、顧客への商品説明、コンサルティングが十分に行えるよう、勧誘場所、時間帯について十分配慮する必要がある。</p> <p>勧誘の際の具体的な禁止事項、留意事項については、各社が独自に勧誘方針に盛り込むことが適当である。</p>
<p>その他勧誘の適正の確保に関する事項 （第8条第2項第3号）</p> <p>第8条 2 勧誘方針においては、次に掲げる事項について定めるものとする。 三 前二号に掲げるもののほか勧誘の適正の確保に関する事項</p>	<p>法の趣旨 1号2号のみ勧誘方針に盛り込めばよいわけではなく、その他、勧誘の適正確保に関連する事項を盛り込むことを要求したものである。</p> <p>保険での対応 2号同様、各業者が自主的に決定する要素が大きい項目であるが、研修、募集人教育等について勧誘方針に定めることが考えられる。</p>	<p>その他勧誘の適正の確保に関する事項 この他、各社の勧誘の適正の確保に関する事項を、勧誘方針に盛り込むことが求められている。 例えば、次のような項目について、勧誘方針に盛り込むことが考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 法令等の遵守体制 ・ 上記体制強化に向けた具体的取組 ・ 顧客情報の取扱に関する方針 ・ 研修体制と具体的取組 等
<p>その他</p>	<p>金融審議会第一部会答申では、以下の記述がある。 「適合性の原則や不招請勧誘等の不適切な勧誘への対応については、同法に基づく勧誘方針の策定・公表を行うことにより市場メカニズムを通じて、金融商品販売業者による自主的な取組みが利用者保護を促すことが期待される。 今後の非対面やクロスボーダー取引等の更なる進展もあるなかで、業者の取組み状況いかんによっては、実効性確保の方策について更に検討することも考えられる。 すなわち、不適切な勧誘については、上記の対応に加え各業法の見直しなど業者ルールの強化によって改善を図ることなども可能と考えられ、必要に応じて、このような対応を検討すべきである。」（P11）</p> <p>業者の取組み状況への注目が高いことは言うまでもないことであり、不適切な勧誘防止に積極的に取り組む必要があることは、当然と言える。</p>	