

3. II-3-5-1-2 (14) (15) 関係

番号	該当箇所	提出者	コメントの概要	コメントに対する金融庁の考え方
1	II-3-5-1-2 (14)	社団法人生命保険協会	「契約概要」については、保険金額や特約の有無等の項目について、交付した契約概要と異なる内容で申込を行う場合においても、同一商品内における変更であり、最終的な契約内容について、申込書やその他契約時に交付する書類により顧客が正確に確認できるのであれば、改めて最終的な契約内容と同内容の契約概要を交付することまでは求められないことを確認したい。	「契約概要」は顧客が商品内容を理解するために必要な情報であることから、同一商品内の変更であれば、改めて「契約概要」を交付しないことにより顧客との間に誤解や苦情が生じることがないように配慮し、申込書やその他申込時に交付する書類により、最終的な申込内容について顧客が当該「契約概要」との相違点も含めて正確に確認できれば、必ずしも改めて「契約概要」を交付する必要はないと考えます。
2	II-3-5-1-2 (14) ①～⑤	ハートフォード生命保険株式会社	II-3-5-1-2 (14) ①から⑤において、「当該書面」は、(14)における『「契約概要」、「注意喚起情報」を記載した書面』を指しているという理解でよいか。	貴見のとおりです。
3	II-3-5-1-2 (14) ①	非営利活動法人消費者機構日本	「業界相談窓口から回付された事案に関しその内容、処理結果について主要なものについて公表することに努める」旨の項目を追加していただきたい。 (理由) 消費者から寄せられた苦情、相談内容とその処理結果を公表することは当該会社がどのような場合に保険金、給付金を支払うか、支払わないかを明らかにすることであり、消費者が「契約概要」「注意喚起情報」の内容をより明確に認識することを可能とするものです。「苦情」について明確な定義がないとの指摘が「中間論点整理」でされております。確かに、「苦情件数」の公表の場合定義の不一致は問題となりますが、少なくとも業界設置の相談所等から各会社に回付され、解決がもとめられている事例については「定義の不一致」が問題となる余地はないものと考えます。各会社に回付された事例の主要なものについてはその結果を公表することが必要です。	業界の苦情相談窓口で消費者から寄せられる苦情、相談内容とその処理結果等を公表することについては、消費者がよりよい会社を選択する際の有益な情報となるだけでなく、保険会社においても適正な業務運営の動機付けになるものと考えられます。 なお、生命保険協会においては、先般「適切な保険金等の支払管理態勢の確立のための取り組みについて」を公表し、苦情・相談対応体制の強化のための方策として、協会が把握した苦情等の集約化や原因等分析、会員各社との情報の共有化が行われるための体制が整備され、また「ボイス・レポート(全社版)」を新規に作成しその中で同協会に寄せられた苦情について、苦情項目別の件数や代表的な苦情事例等が公表される予定となっています。
4	II-3-5-1-2 (14) ②	社団法人生命保険協会	「契約概要」と「注意喚起情報」については、各々独立した書面とすることで問題ないことを確認したい。	貴見のとおりです。

番号	該当箇所	提出者	コメントの概要	コメントに対する金融庁の考え方
5	Ⅱ-3-5-1-2(14) ②イ~ニ	社団法人生命保険協会	注書については、あくまでも例示であり、字義通りの対応をしなくとも、その趣旨を踏まえ、顧客にとって理解しやすいように留意されていけば問題ないことを確認したい。	注書きについては例示であり、「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面の作成にあたって望ましいと考える内容を記載しました。必ずしも例示通りの対応のみを求めるものではありませんが、顧客にとって理解しやすい記載とすることが必要です。
6	Ⅱ-3-5-1-2(14) ②イ~ニ	社団法人日本損害保険協会	Ⅱ-3-5-1-2(14)②の各(注)に記載された事項はあくまでも例示であり、これらの例示の趣旨を踏まえて、イ~ニの本文に書かれてある事が守られていけば良いか。	同上
7	Ⅱ-3-5-1-2(14) ②イ~ニ	在日米国商工会議所	これらの条項の例(注)は規則として確定したものではなく、(注)からの多少の逸脱は必ずしも規則違反とはみなされない、ということ金融庁が明示されるよう要請します。当然のことながら、(注)から逸脱したとしても当該書面の文章、配置、文言の選択、数字の使用などを利用者に容易に理解できるものとする、という一般的な必要事項は満たしていなければなりません。 例えば、Ⅱ-3-5-1-2(14)②の例(注)は、「通常は顧客が理解しようとする意欲を失わない程度の情報量としては、例えば、『契約概要』・『注意喚起情報』を併せてA3両面程度のものが考えられる」としています。ここで言う「通常」が対面型販売を指すこと、つまり対面型販売においてはA3サイズの用紙の使用が義務付けられるとしても、よりシンプルで分かりやすい商品の販売方法として使用されることの多い通信販売などの直接販売方式においてはA3用紙の使用が義務付けられている訳ではない、ということ金融庁が明示されることを要請します。	注書きについては例示であり、「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面の作成にあたって望ましいと考える内容を記載しました。必ずしも例示通りの対応のみを求めるものではありませんが、顧客にとって理解しやすい記載とすることが必要です。 情報量については、例えば「A3両面程度」と記載しましたが、これは顧客が理解しようとする意欲を失わないよう配慮するものとして「A3両面程度」が考えられる旨を例示したものです。 いずれにせよ、顧客が理解しようとする意欲を失わないよう配慮しながら、保険商品の特性や複雑性にあわせて情報量が定められていれば、必ずしも「A3両面程度」に限定されるものではなく、また、「A3用紙」の使用が義務づけられるものではありません。
8	Ⅱ-3-5-1-2(14) ②ニ	外国損害保険協会	同指針(注)において、「通常は顧客が理解しようとする意欲を失わない程度の情報量としては、例えば「契約概要」・「注意喚起情報」を併せてA3両面程度のものが考えられる。」とありますが、本規定は、顧客が意欲を失わない程度の情報量の上限の指針であり、各社において、保険商品の特性や複雑性に合わせて情報量を拡大あるいは縮小するものと考えます。本文言の主旨を踏まえすと「最大A3両面程度」と記述することがより適当と考えます。	同上

番号	該当箇所	提出者	コメントの概要	コメントに対する金融庁の考え方
9	Ⅱ-3-5-1-2(14) ②イ~ニ	在日米国商工会議所	<p>変額年金などの特別勘定の運用方針等については保険業法施行規則53条1項1号、5号で既に規定がありますが、さらに今回の監督指針改正案によってまた同じ情報を載せた書面が必要になるのかどうか、あるいは、今回の契約概要の対応をすることで施行規則53条1項1号に規定された要件をも満たしたと認められるかどうか、金融庁が明示されることを要請します。また、特別勘定の運用方針を記載した場合、特別勘定の種類が多い保険会社の場合、A3両面程度の量に抑えることは困難です。</p>	<p>変額保険、変額年金、外貨建て保険といった投資性商品については、Ⅱ-3-3-2(2)②及びⅡ-3-3-6(2)②のイ「契約概要」、ロ「注意喚起情報」において、全ての保険商品に共通して求める記載に加えて、その特性に応じた記載を求める一方で、その情報量については、Ⅱ-3-5-1-2(14)②二において顧客が理解しようとする意欲を失わないよう配慮するとともに、保険商品の特性や複雑性にあわせて定めることが求められます。</p> <p>そのため、保険業法施行規則第53条第1項第1号、同項第5号で求められる書面の交付による説明については、「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面においてその要件が満たされる場合もありますが、投資性商品が複雑な商品であることや特別勘定の種類が多い場合等を考慮すると、通常は「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面には基本的事項を記載するとともに、「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面に『「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面には、全ての契約情報が記載されているわけではなく、詳細な内容については『特別勘定のしおり』などを併せて参照すること』等と記載し、従前顧客に交付していた、いわゆる「特別勘定のしおり」等を併せて交付、説明することが必要と考えます。</p>
10	Ⅱ-3-5-1-2(14) ②ホ	在日米国商工会議所	<p>「契約概要」と「注意喚起情報」が明確に区別されていれば、これらをその他の申し込み文書と併せて一つにまとめることができる、という提案に賛成します。文書を物理的に分離することや、別の時期に配布することが義務付けられると、特定の直接販売方式にとって不利になる可能性があるからです。適合性に関する現在の協議によって文書に関する義務事項が追加される場合も、同様の措置が講じられるよう希望します。</p>	<p>貴重なご意見として承ります。</p>

番号	該当箇所	提出者	コメントの概要	コメントに対する金融庁の考え方
11	II-3-5-1-2 (14) ②	消費生活コンサルタント	<p>消費者が求めるものは、解り易い説明と確かに受け取ることができる保険金。</p> <p>加入時に自分が欲しい保障、もしくは内容を販売員に伝え何種類か説明を受けたうえで加入を決めるのだから、当然理解出来る内容であるべきです。専門用語ではなく、生・損保の商品の比較対比も可能なように、是非保険用語の統一を行っていただきたい。同時に、最低限必要な契約概要と注意喚起すべき情報は、過去の苦情などを参考に必要なら随時入れ込むことができるような柔軟性が必要ではないでしょうか。</p>	<p>業界ごとに文言や表現が異なることについては、特に生命保険会社、損害保険会社が共に同様の商品を販売している、第三分野商品の保障内容について見受けられるところです（例えば、介護保険において保障内容（支払事由）となっている「要介護状態」の定義が各社ごとに異なるなど）。これらの事態は、保険商品を比較考量している消費者、複数の保険会社において同様の保険に加入している保険契約者が、商品内容を誤解するおそれがあるため、このような問題について、どのような対応が考えられるのか検討を促して参りたいと考えます。</p> <p>また、今回の改正では、全ての保険商品を一律、画一的に取扱うものではなく、本監督指針において「契約概要」・「注意喚起情報」の枠組みを定め、商品分野ごとの細目については、業界団体（生命保険協会、日本損害保険協会など）において保険商品の特性等を踏まえた自主ガイドラインが定められる予定です。</p> <p>具体例につきましては、今後、各保険会社・業界団体等に寄せられた苦情・相談や保険商品の变化等を踏まえ、例示されていくものと考えられます。</p>
12	II-3-5-1-2 (14) ②口	非営利活動法人消費者機構日本	<p>契約概要、注意喚起情報で表示する用語は統一、共通化を図っていただきたい。少なくとも、医療保険（いわゆる第3分野の保険）については統一化、共通化の指導・監督を強化していただきたい。</p> <p>（理由）「監督指針案」は生損保会社個社宛での指針であることを理解のうえ、検討を要請するものです。生命保険会社と損害保険会社との間において、使用される用語が異なっていることにより、消費者が各社の商品を比較考量することを困難なものとしています。消費者が自己のニーズに適合する保険商品を選択するうえで、提供される情報に用いられる用語の統一、共通化が是非とも必要です。とりわけ医療保険（第3分野商品）については、生命保険会社、損害保険会社の双方において取り扱い可能であるし、その商品内容においても多くの点で共通するところです。他方、この分野に対する消費者のニーズはたかまり、関心がつよいものがあります。また、「中間論点整理」（平成17年7月8日）においても「両業界が統一したルールの策定を検討する必要がある」旨指摘されています。こうした状況を踏まえるならば、少なくともこの分野における用語の統一、共通化は是非とも必要な事項です。</p>	<p>業界ごとに文言や表現が異なることについては、特に生命保険会社、損害保険会社が共に同様の商品を販売している、第三分野商品の保障内容について見受けられるところです。（例えば、介護保険において保障内容（支払事由）となっている「要介護状態」の定義が各社ごとに異なるなど）。これらの事態は、保険商品を比較考量している消費者、複数の保険会社において同様の保険に加入している保険契約者が、商品内容を誤解するおそれがあるため、このような問題について、どのような対応が考えられるのか検討を促して参りたいと考えます。</p>

番号	該当箇所	提出者	コメントの概要	コメントに対する金融庁の考え方
13	Ⅱ-3-5-1-2 (14) ②ロ	弁護士	生命保険会社、損害保険会社が共に同様の商品を販売している、第三分野商品の担保内容について、同じ用語であっても保険会社ごとに定義がまちまちとなっている（例えば、介護保険において担保内容（支払事由）となっている「要介護状態」の定義が各社ごとに異なるなど）。これらの事態は、保険商品を比較考量している消費者に商品内容を誤解させるおそれがある。担保内容は保険契約者にとって最も重要な事項であり、これらの紛らわしい用語について、両業界において用語の統一若しくは説明ルールの策定を行うよう求めて欲しい。	同上
14	Ⅱ-3-5-1-2 (14) ②	消費生活コンサルタント	生・損保とも見やすい書面を。 沢山の注意喚起があっても、細かい字体で書かれては読めません。いままで業界各社工夫されているようですが、一消費者としてみると、義務で書いたとしか思えません。これでは消費者の理解を得たとは言えないし、解り易い提示とは程遠いものです。お互いの業界の垣根を取り外し、良いところを取り入れ、より消費者に解り易く提示できるか、検討をお願いいたします。	記載する文字の大きさや記載事項の配列等、記載する文言の表示については、Ⅱ-3-5-1-2 (14) ②イロにおいて、顧客にとって理解しやすい記載とすること、文言の表示ではその平明性や明確性が確保されていることを求めています。 また、記載する文言の表示方法について対応を促して参りたいと考えます。
15	Ⅱ-3-5-1-2 (14) ②ロ	非営利活動法人 消費者機構日本	「(注)『契約概要』、『注意喚起情報』の記載内容ごとに、約款では第何条に該当するか表示すること、このため、消費者が約款を請求する場合には、約款を送付する」旨を追加していただきたい。 (理由) 消費者が「契約概要」、「注意喚起情報」書面に記載されている情報をさらに詳細に知りたいとのニーズがある場合には、これに対応することが求められます。また、最終的な契約内容は「約款」に基づくものであることはいまでもありません。このため、「中間論点整理」でも「消費者がその詳細な説明にアクセスしやすいように工夫することが重要である」旨の指摘をしています。勿論、説明のためのツールが多くなり、情報量過度になることは避ける必要がありますが、少なくとも、消費者が約款上で契約内容を確認する上では、約款の当該箇所について参照できるような表示が必要と考えます。このためには、約款の入手が必要となります。しかし、約款の交付は契約成立後、保険証券と同時に交付されるのが一般的であり、「重要事項説明書」等に請求があれば交付する旨の表示があるのはごく希であります。	今回の改正では、保険契約の販売・勧誘時に説明すべき重要事項を、顧客が保険商品の内容を理解するために必要な「契約概要」と顧客に対して注意喚起すべき「注意喚起情報」に分類、整理した上で、顧客にとって理解しやすい記載とすることや、顧客が理解しようとする意欲を失わない情報量とすることとしました。 そのため、本来「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面に求められる役割が果たされることなく、保険会社がむやみに約款の参照を行い、顧客にわかりやすい書面の交付や説明が行われないことは適当でないと考えます。 なお、ご指摘のような「契約概要」・「注意喚起情報」の内容が約款上のどの部分に該当するかを明示することについては、まずは保険会社において約款の内容を確認しようとする顧客の求めに応じて十分説明が行えるような措置を講じることが必要と考えます。

番号	該当箇所	提出者	コメントの概要	コメントに対する金融庁の考え方
16	Ⅱ-3-5-1-2(14)③	金融オンブズネット	<p>「契約概要」「注意喚起情報」の書面交付のあり方について規定しているが、③で募集人による口頭での説明を求めている事項が掲げられているが、ここに、「ハ 転換、乗換が顧客にとって不利益となる場合があること」を規定している。しかし、はたしてこれをどうやって実効性を確保させるのか？口頭での説明の有無自体がトラブルの原因になっていることから考えると、実効性の担保について工夫が必要である。</p> <p>また、転換・乗換については、上記「ロ 注意喚起情報」にも盛り込むべきだと考える。さらに、契約変更時には新たな契約書面に「この保険商品は、以前の保険契約を解約して新たに契約した保険です。契約後は元の保険に戻ることはできません。この保険を元に戻したいときは、契約後8日以内に保険会社担当窓口にお知らせ下さい。連絡先〇〇」と記載すべきで、この記載がないものは無効とすべきである。</p>	<p>顧客に対して口頭による説明が必要とした事項について、各保険会社の募集管理態勢において、口頭による説明が適切に行われているかを検証するための措置が講じられること、また、金融庁においても、各保険会社においてそのような募集管理態勢となっているかについて、監督・検査において確認を行うことによって、その実効性が担保されるものと考えます。</p> <p>乗換・転換につきましては、Ⅱ-3-3-2(2)②、Ⅱ-3-3-6(2)②のロ「注意喚起情報」i「特に法令等で注意喚起することとされている事項」において記載することが求められます。</p>
17	Ⅱ-3-5-1-2(14)③	社団法人日本損害保険協会	<p>Ⅱ-3-5-1-2(14)③の口頭説明については、顧客から確認印までを求めるものではないと解して良いか。</p>	<p>必ずしも顧客からの確認印までを求めるものではありませんが、顧客に「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面を交付することに加えて、Ⅱ-3-5-1-2(14)③に掲げる事項について口頭での説明が適切に行われているかを検証するための措置を講じる必要があります。</p>
18	Ⅱ-3-5-1-2(14)③ロ	社団法人全国消費生活相談員協会	<p>「不利益な情報が記載された部分を読むことが重要であること」では不足です。口頭説明の消費者に与える浸透力の大きさを考慮すれば、むしろ端的に「不利益な情報が記載された部分を読むこと」まで踏み込むことではじめて、顧客保護の実効性の確保が行なわれうるものと考えます。</p>	<p>貴見のとおり、不利益な情報が記載された部分は重要ですが、募集人が当該部分を一言一句漏らさず読み上げることによって、却って消費者が理解しようとする意欲を失うおそれもあることから、必ずしも当該書面に記載された文言を形式的に読み上げるのではなく、「不利益な情報が記載された部分を読むことが重要であること」を口頭により説明するとともに、その内容について顧客が理解しやすいような説明を行うことが求められます。</p>
19	Ⅱ-3-5-1-2(14)③	弁護士	<p>注意喚起情報については、まさに消費者に注意喚起することの重要性に鑑みれば、どのような項目があるかといった項目名についてまで口頭での説明を求めるべきではないか。</p>	<p>今回の改正において、顧客に対して口頭による説明が必要とした事項は、少なくとも顧客に対して最低限注意喚起すべきと考えられる事項(Ⅱ-3-5-1-2(14)③)を明らかにしたにすぎず、各保険会社において「注意喚起情報」の性質を考慮し、どのような項目があるかといった項目名についてまで口頭での説明を行なうことを妨げるものではありません。</p> <p>なお、趣旨の明確化を図るため、規定の修正を行いました。</p>

番号	該当箇所	提出者	コメントの概要	コメントに対する金融庁の考え方
20	Ⅱ-3-5-1-2 (14) ④	社団法人生命保険協会	「契約概要」「注意喚起情報」「ご契約のしおり」等を合本することは、顧客にとって理解し易さや内容を理解するための十分な時間が確保されていれば問題ないことを確認したい。	貴見のとおりです。 なお、ご指摘のとおり、合本する際には、Ⅱ-3-5-1-2 (14) ②ホ「他の書面と・・・同一の書面とする場合は、他の情報と明確に区別し、重要な情報であることが明確になるように記載されているか」、同項④「契約締結に先立ち顧客が当該書面の内容を理解するための十分な時間が確保されているか」に留意する必要があります。
21	Ⅱ-3-5-1-2 (14) ④	社団法人生命保険協会	顧客が理解するための十分な時間が確保されているのであれば、必ずしも当該書面を顧客に交付した日と、契約締結の日を別の日にする必要はないことを確認したい。	貴見のとおりです。 ただし、保険商品によっては相当程度複雑な商品もあることから、保険商品の特性等も踏まえて「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面を交付するよう留意する必要があります。
22	Ⅱ-3-5-1-2 (14) ④	ハートフォード生命保険株式会社	Ⅱ-3-5-1-2 (14) ④に、「当該書面の交付にあたって、契約締結に先立ち顧客が当該書面の内容を理解するための十分な時間が確保されているか。」とあるが、ここでいう「十分な時間」とは、顧客に重要な事項を適切に説明し、その内容の了知の確保を求めるものであり、一定の具体的な時間の確保を意図したものではないと理解している。したがって、例えば、当該書面を初めて顧客に交付・説明した場合であっても、顧客がその内容を理解し、契約申込の意思表示をしたときには、即時の契約締結を妨げるものではないことを確認したい。	貴見のとおりです。 ただし、保険商品によっては相当程度複雑な商品もあることから、保険商品の特性等も踏まえて「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面を交付するよう留意する必要があります。
23	Ⅱ-3-5-1-2 (14) ④	在日米国商工会議所	「契約締結に先立ち顧客が当該書面の内容を理解するための十分な時間が確保され」るよう、契約概要と注意喚起情報を契約締結前に渡すこと、という指摘にはあいまいな点があります。(注2)は会社が「顧客の・・・利便性の損失」を考慮に入れてこの条件を検討するよう指示していますが、金融庁がどのような基準で適切性を判断されるのかに関する客観的な手掛かりがなく、会社と検査機関双方が異なる解釈をする可能性があります。Ⅱ-3-5-1-2 (14) ④の規定を、募集人がⅡ-3-3-2 (2) ③およびⅡ-3-3-6 (2) ③の規定と同様に、顧客の理解を検証するための販売員の努力義務を規定するものとすることを提唱します。	「十分な時間か否か」については、画一的な基準を定めることが困難であることから、保険商品の特性や販売方法、顧客の理解の程度やその利便性の損失などの判断要素を挙げることにより、ある程度の明確化が図られているものと考えます。 保険会社等においては、顧客にとって十分な時間が確保されているかを検証できるような体制を整備することが重要であると考えます。
24	Ⅱ-3-5-1-2 (14) ④	金融オンブズネット	④で「注意喚起情報」については、「契約の申込時に説明・交付することでも足りる」としているが、たとえば「告知義務」については、契約時にも重要な判断事項となる。そういったことを考慮すると、「注意喚起情報」は契約にいたるまでの早い段階で明示することが求められる。	「注意喚起情報」については、消費者が保険加入の意思を固めた後の方が注意喚起そのものの効果が高まるとの指摘もあることから、「注意喚起情報」を記載した書面については、契約の申込時に説明・交付することでも足りるといたしました。

番号	該当箇所	提出者	コメントの概要	コメントに対する金融庁の考え方
25	Ⅱ-3-5-1-2(14)④	非営利活動法人 消費者機構日本	(注1)を削除していただきたい。 (理由)「Ⅱ-3-5-1-2(14)④(注1)」で「注意喚起情報」について、「顧客に対して効果的な注意喚起を行うため、説明交付することでも足りる」旨記述しています。「注意喚起情報」には、告知義務の内容、保険金が支払われない場合など、消費者にとって不利益となる事項が含まれています。「注意喚起情報」記載の情報について、消費者は十分な理解と認識をしたうえで、契約を締結する必要があります。「契約の申込時に説明、交付することでも足りる」とした場合には、消費者は情報が不十分なままに、契約の意思形成をする結果となるおそれがあり、そのことは「監督指針」の改正の趣旨に反するものです。むしろ、保険商品の特性や販売方法を十分踏まえた時間確保の必要性を強調すべきです。さらに、契約時には再度確認することが必要であると考えます。	同上
26	Ⅱ-3-5-1-2(14)③、⑤	在日米国商工会 議所	本条項の⑤は、③の口頭説明義務から非対面型販売を区別しているようにみえますが、これらの条項の解釈と施行における混乱を回避するため、この点を監督指針において明確にされるよう金融庁に要請します。これらの条項を人的交流を伴わない非対面型販売(例えばインターネットや通信販売など)に口頭説明を義務付けるものと解釈した場合、利用者によるこれらの販売チャネルの選択が制限されることになり、これらの手法に依存する会社は重大な打撃を被る可能性があります。	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑤については、顧客に対する情報提供や説明の状況において、販売形態の特性を踏まえた対応を求めるものです。 例えば、電話による情報提供や説明を行う場合、Ⅱ-3-5-1-2(14)③の口頭による説明を行なうことは可能と考えます。 また、郵送やインターネットについても、Ⅱ-3-5-1-2(14)③の口頭による説明と、その形態に応じて同程度の効果が得られるような工夫、例えば、インターネットの画面上の表示において対応を図ることが必要と考えます。 なお、趣旨の明確化を図るため、規定の修正を行いました。 ご指摘の点につきましては、利用者による販売チャネルの選択が制限されないよう適切に対応して参りたいと考えます。
27	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑤イ	外国損害保険協会	同指針における「当該書面を顧客に送付するとともに、当該書面を読むことが重要であることを顧客が十分確認できるような書面を併せて送付する方法」に関しまして、書類送付に際して送付状や申込書の適当な位置に、当該書面を読むことが重要であることを記述し確認をさせる方法で十分目的が達せられるものと考えていますが、本規定の記述は、本件の目的達成のためには別紙を挿入することが要求されているようにも受け取れます。どの様に解釈すべきでしょうか。	必ずしも別紙を挿入することを求めるものではありませんが、「契約概要」・「注意喚起情報」やその他これらと同時に送付する書面において、「当該書面を読むことが重要であること」が顧客に十分認識されるための措置を講じる必要があります。 なお、趣旨の明確化を図るため、規定の修正を行いました。

番号	該当箇所	提出者	コメントの概要	コメントに対する金融庁の考え方
28	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑤イ	外国損害保険協会	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑤ロ、電話による場合は、電話上だけで契約が成立する契約形態を想定したものと考えております。当該文書を事前に顧客に送付し、事前に内容を顧客に確認していただいた上で、電話で説明する場合、対面販売の場合の書面の交付に加えて行う口頭説明(当該書面を読むことの重要性等)と同様の手続きが行われ、顧客がその内容を確認したことを確認すれば問題ないと考えています。	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑤イ～ハについては、それぞれ記載する方法のみで保険契約が成立する形態を想定したのではなく、顧客に対する情報提供や説明を行う状況において、販売形態の特性を踏まえた対応が必要であり、各形態において最低限必要と考えられる事項について記載したものです。 例えば、「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面を送付し、事前に顧客が内容を確認していることを前提として、電話で説明を行なう場合には、Ⅱ-3-5-1-2(14)③の口頭による説明を行なうとともに、顧客に当該書面の内容を確認したことの確認だけでなく、確認の過程においてより効果的に当該書面の内容の理解がなされるような説明を行なうなどの工夫を行うことが望ましいと考えます。 なお、趣旨の明確化を図るため、規定の修正を行いました。
29	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑤ロ	社団法人日本損害保険協会	新規契約の場合であっても、「口頭にて説明すべき事項」は「契約概要」と「注意喚起情報」に記載してある項目すべてを一言一句読み上げることだけが求められるものではなく、「追って書類を送付するのでよく読んでください」と念押しすることを前提として保険会社において商品の種類や顧客の反応に応じて口頭で述べるべきポイントを定めることで良いことを確認したい(契約概要・注意喚起情報を読み上げてしまうと、却って、契約者が理解しようとする意欲をなくしてしまう懸念がある)。	貴見のとおり、必ずしも「契約概要」・「注意喚起情報」として記載された文言を全て一言一句読み上げる必要はありませんが、電話による販売において口頭で述べるべきポイントを定めるにあたっては、顧客に対する情報提供や説明が適切に行われるよう配慮する必要があります。 また、「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面を読むことが重要であることを口頭により説明を行なう必要があります。
30	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑤ロ	外国損害保険協会	当該記載はあくまでも例示であり、たとえば「契約概要」「注意喚起情報」の内容を電話により適切に説明することが確保されていれば、必ずしも常に契約申込の事前に、書面による情報提供が義務付けられるものではない、ということを確認したい。	貴見のとおり、電話による情報提供や説明を行なう場合、必ずしも常に契約申込前に「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面を顧客に交付することを求めるものではありません。 なお、この場合、当該書面の郵送等が契約申込後となる点に配慮し、当該書面を読むことが重要であることを口頭により説明するなど、Ⅱ-3-5-1-2(14)⑤ロの電話の場合に求められる措置を講じる必要があります。
31	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑤ロ	在日米商工会議所	電話販売に関する条項の記述には懸念すべき点があります。少なくとも1社が一部の商品について単なる勧誘ではなく電話で契約を締結する認可を金融庁から受けている、と理解しています。書類の「遅滞なき」交付に関する条項が、電話勧誘後に書面で契約を締結しなければならないという前提に基づくものでないことを明示されるよう要請します。	ご質問のような場合について、電話勧誘後に書面での契約締結までを求めるものではありません。 なお、「契約概要」・「注意喚起情報」を記載した書面については説明を行なった後遅滞なく郵送等を行なうなど、Ⅱ-3-5-1-2(14)⑤ロの電話の場合に求められる措置を講じる必要があります。

番号	該当箇所	提出者	コメントの概要	コメントに対する金融庁の考え方
32	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑤ハ	社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑤の「電話・郵便・インターネット等のような非対面の・・・」の中の「ハ、インターネット等による場合」の「電磁的方法による説明を行なう方法」だけではなく、顧客がデータとして確実に保存できるような仕組みを構築する必要があると思います。	Ⅱ-3-5-1-2(15)にあるように、インターネット等による販売を行なう場合も、印刷やダウンロードなどの方法により申込書の写しや申込内容を記載した書面等を顧客に交付することを求めています。 「契約概要」・「注意喚起情報」を表示した画面についても、これらの情報が重要であることを踏まえると、顧客における印刷、ダウンロードなどの方法が可能となるよう、保険会社において顧客の利便性を考慮した取組みを行なう必要があります。 なお、趣旨の明確化を図るため、規定の修正を行いました。
33	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑥	社団法人生命保険協会	本項の規定は、団体保険の中でも、保険契約者である団体が被保険者となる者に対して加入勧奨を行う保険商品、いわゆる任意加入型商品が対象であることを確認したい。	貴見のとおりです。
34	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑥	社団法人生命保険協会	「保険会社が顧客に対して行うのと同程度の情報の提供および説明が適切に行われることを確保するための措置」とあるが、団体保険における一般的な加入勧奨は、保険契約者である団体の事務担当者が所属員に加入勧奨資料・加入申込書を配布することにより行われ、必ずしも団体から所属員に対して個別に口頭説明がなされるものではないことから、当該措置については、加入勧奨資料等に記載された「契約概要」「注意喚起情報」にあたる部分を読むことが重要であることを団体の所属員が十分認識できるような書面を配布する態勢を構築することが含まれることを確認したい。	貴見のとおりです。
35	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑥	社団法人日本損害保険協会	加入することについての意思確認が加入者に対して行われなような場合（例えば、企業が福利厚生のため全従業員を対象として付保するような場合等）については、本規定の対象外と理解して良いか。	貴見のとおりです。
36	Ⅱ-3-5-1-2(14)⑥	外国損害保険協会	「加入勧奨」の定義を明らかにしてほしい。たとえば、団体保険に被保険者として加入するには、加入者の意思表示を不要とするもの、必要とするもの、被保険者ごとに保険料相当額を支払うことを加入の要件とするものなど多岐に亘るが、どのような契約形態の場合に「加入勧奨」が行われていることとなるのか。	「加入勧奨」とは、保険契約者である団体が、その構成員に対して当該保険に加入するかどうかの勧誘（意思確認）を行なう場合を指します。 例えば、特定の金融機関の住宅ローン契約者を構成員とする団体や特定のカード会社の会員を構成員とする団体が、その構成員に行う被保険者の募集などがこれに該当すると考えます。

番号	該当箇所	提出者	コメントの概要	コメントに対する金融庁の考え方
37	Ⅱ-3 -5- 1-2 (14) ⑥	外国損害保険協会	「保険会社が顧客に対して行うのと同程度の情報の提供および説明」とは、「通常の個人向け保険の販売・勧誘の際と同程度の説明」という意味か。	貴見のとおりです。
38	Ⅱ-3 -5- 1-2 (14) ⑥	外国損害保険協会	重要事項説明義務は保険会社のほか保険会社の役員、保険募集人に対して課されているが（保険業法300条1項1号）、本記述において「保険会社が顧客に対して行う・・・」と限定されているのはどのような趣旨か確認したい。	本項目は、保険会社についての規定である保険業法第100条の2・同法施行規則第53条の7において求められる措置を明確化したものであるため、その主体は「保険会社」となっております。
39	Ⅱ-3 -5- 1-2 (14) ⑥	外国損害保険協会	「保険契約者である団体が被保険者に対して加入勧奨を行う場合」が常に保険募集に該当し、保険業法275条以下の募集規制が適用されるわけではないことを確認したい。	貴見のとおりです。 例えば、保険契約者である団体は、保険業法第276条の募集人の登録は不要ですが、同法第300条1項1号のように、被保険者保護等を目的とした規定については、保険会社において、団体で十分な説明がなされるための措置を講じる必要があります。
40	Ⅱ-3 -5- 1-2 (15)	社団法人生命保険協会	例示にある申込書の写しや申込内容を記載した書面等については、保険金額や特約の有無等の項目が、当初の申込内容と最終的な契約内容が異なる場合、最終的な契約内容について、申込書の写しやその他の契約時に交付する書類により顧客が確認できれば問題ないことを確認したい。	最終的な契約内容については、顧客との間に誤解や苦情等が生じることがないように配慮し、申込書の写しやその他申込内容と最終的な契約内容の変更点を記載した書類等により、顧客がその変更内容を正確に確認できれば、必ずしも改めて申込書の写しや申込内容を記載した書面等を交付する必要はないと考えます。
41	Ⅱ-3 -5- 1-2 (15)	ハートフォード生命保険株式会社	Ⅱ-3-5-1-2(15)に、「保険契約の申込みを受けるにあたり、顧客に対して契約内容の確認を求めるとあるが、これは、顧客が自署・捺印した申込書の記載内容の確認を促すことを求めるものであり、必ずしも別途顧客に記載内容を確認したことの自署・捺印を求めるものではないことを確認したい。	貴見のとおり、必ずしも別途顧客に記載内容を確認したことの自署・捺印までを求めるものではありませんが、顧客が記載内容を確認することが確保されるための措置を講じる必要があります。
42	Ⅱ-3 -5- 1-2 (15)	社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会	Ⅱ-3-5-1-2(15)の「・・・例えば、申込書の写しや申込内容を記載した書面等を顧客に交付する等の体制が整備されているか。」では、保険証券が届くまで、また、補償を受ける際にも補償内容を確認できる重要な書面ですから、交付義務にすべきと考えます。さらに、実効性を担保するために、不交付や書面不備の場合には、取消権を認めて戴きたいと思っております。	顧客に対して契約内容の確認を求めるとや申込書の写し等を交付することが重要であり、その実効性を確保するため、保険業法施行規則第53条の7の体制整備義務の明確化を図りました。 今後、保険会社において、契約内容の確認を求めるとや申込書の写し等を交付することが確保されるための措置を講じる必要があります。

番号	該当箇所	提出者	コメントの概要	コメントに対する金融庁の考え方
43	Ⅱ-3-5-1-2 (15)	社団法人全国消費生活相談員協会	例えばとして、申込時点での申込書面の顧客への交付を挙げていることは、従来とくに生命保険会社において申込書面の差入方式によるトラブル発生の実態から鑑みれば、消費者からは自明のことではあっても、大いに賛成するものです。	貴重なご意見として承ります。
44	Ⅱ-3-5-1-2 (15)	非営利活動法人消費者機構日本	Ⅱ-3-5-1-2 (15) に、「郵便、インターネットによる情報提供、説明の場合にあつては、申込書受領後、申込者に対し、すみやかに、電話または対面にて、本人確認を行うとともに、告知義務の内容、支払われない場合とりわけ通例でない場合について、それを認識していること及び申込書の内容を確認する」旨の記述を追加いただきたい。 (理由)「Ⅱ-3-5-1-2⑤」において、非対面による場合にあつては、対面による場合と同程度の情報提供、説明が行われていることの必要性が記述されています。対面の場合には、消費者との対話を通して、商品内容の補足や、消費者の様子、態度から消費者の理解度合いの確認が可能です。従って、非対面とりわけ「郵便」(DMIによる情報提供、郵便による申込を前提に考えると)、インターネットによる場合であつて、「対面と同程度の情報提供、説明が行われている」といえるためには、上述のような対話を通して得られる機能を担保する方策が必要です。そのためには、少なくとも、上記事項の追加が必要です。	電話・郵便・インターネット等のような非対面の方式の場合、Ⅱ-3-5-1-2 (14) ⑤において、販売形態の特性を踏まえた上で、基本的には対面販売で求められる内容と同程度の情報提供及び説明を確保することが求められています。 また、Ⅱ-3-5-1-2 (15) の契約内容の確認及び申込書の写し等を交付することについては、対面販売と同様に非対面販売の場合についても、例えば、申込後遅滞なく申込内容を記載した書面を送付するなど、その販売形態に応じた対応が求められます。この点について、趣旨の明確化を図るため、規定の修正を行いました。
45	Ⅱ-3-5-1-2 (15)	社団法人日本損害保険協会	企業において従業員を対象として加入勧奨が行われる団体契約のように、帰属性の高い団体契約であつて、団体たる企業等に問い合わせれば個々の被保険者の加入内容が確認できる状態であれば、申込書の控えに準じる書類を必ず渡さなければならないとするものではないということが良いか。	貴見のとおりです。

番号	該当箇所	提出者	コメントの概要	コメントに対する金融庁の考え方
46	Ⅱ－3 －5－ 1－2	金融オンブズネット	<p>今回の監督指針の改定で、保険業法第300条にいう重要事項についての明確化、さらには広告についての規定が明確になったことは評価するが、残された問題として、これらの重要事項を、いつ、いかなる方法で、消費者・契約者に提示するかがある。すでに、おびたしい広告、リーフレット、重要事項のお知らせ、契約のしおり、設計書、約款などが存在している。これらを、広告類・契約時までに必要な重要事項・約款の3段階に分けて、それぞれの段階でどういう情報を消費者、契約者に提供すべきなのかの整理が、まずあるべきではないのか。とりわけ、今回は触れられていない約款のあり方については、トラブルになった場合、必ず事業者側から持ち出されるものだが、分厚く、一般消費者にとっては難解である。約款の見直しにも早急に着手すべきである。約款のみならず、契約のしおり、重要事項のお知らせなども、契約しないともらえないという実態も報告されている。証券取引法でいう目論見書、特商法でいう概要書面という位置づけで考えるなら、事前に消費者に渡すことを義務付けるべきである。また、保険は長期にわたる契約商品もあり、保険契約期間中、どのような情報を提供すべきかの検討も尽くすべきである（たとえば、予定利率の変更など）。あわせて、重要事項を説明する募集人体制のあり方、銀行窓口販売にみられるような販売チャネルの多様化、通信販売、ネット販売、数多くの商品を扱う来店型などが増えていることを考慮したきめ細かな行為規制の構築も必須だと考える。保険は、家と同じくらい高額で長期にわたる金融商品である。募集人に勧められ簡単に契約する時代は終わった。保険会社は、消費者がきちんと理解して保険契約ができる環境を整えるべきである。</p>	<p>貴重なご意見として承ります。</p>