

4. II-3-8 (3) (4) (5) 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 - 8	大阪消費者友の会	基本的な表示事項は、広告であっても一括表示とすべきで不表示をなくすこと。 「注意喚起情報」は字を大きくすること。 デメリット情報を必ず表示すること。	今回の改正では、募集用の資料等（広告も含む）について、優良性と不離一体の関係にあるものや有利性にかかる制限条件などを併せて表示しないことによる消費者の誤認を防止する観点から、保険会社が留意すべき視点を明確化したものです。 現在、保険商品に関する広告は、新聞・テレビ・募集人等が説明時に使用するパンフレット等あらゆる媒体によって行われており、広告の内容も様々であることから、保険商品の基本的な説明事項を一括表示するようなことまでは求めることは困難と考えます。
2	II - 3 - 8	なにわの消費者団体連絡会	基本的な表示事項は、広告であっても一括表示とすべきで不表示をなくすこと。 「注意喚起情報」は字を大きくすること。 デメリット情報を必ず表示すること。	同上
3	II - 3 - 8	金融オンブズネット	広告・表示のあり方については、大前提として以下の点の項目を追加すべきである。 ・ 基本的な表示事項（「契約概要」「注意喚起情報」などで記載されている事項）については、たとえ広告であっても一括表示とすべきである。不表示があることによって、商品性を誤認する恐れがある。	同上
4	II - 3 - 8 (3) イ・ロ	社団法人全国消費生活相談員協会	とくにテレビなど放送媒体での広告表示については、キャッチコピーによる消費者への強力な浸透力と、いったん植え付けられたイメージ払拭が容易でないことを考慮すれば、放送媒体については利益情報と、不利益情報を同じボリュームで表示させるなど、より正確な表示を確保すべきと考えます。複雑な保険契約の一部分を、販売促進の見地からキャッチコピー化することは、例えそれが事実であっても、それに伴う不利益・注意点が存する以上、保険契約全体のバランスから言えば、事実の不告知に該当するものと考えます。さらに一瞬で消えてしまう映像において、複雑な保険契約の正確な表示がそもそも可能かを含めて検討すべきものと考えます。	利益情報と不利益情報を同じボリュームで表示させるようにしたほうが良いのご意見については、誤認防止の観点から、優良誤認、有利誤認を招かないような表示方法が求められているところであり、字の大きさ、表示時間の長さ、説明の分量についてなるべく同等に近いものとなるよう配慮した表示が望ましいと考えます。 一瞬で消えてしまう映像に関してのご意見については、保険商品の優良性・有利性と不離一体の関係にあるものや制限条件等に関する情報が短時間で表示される場合で読みきれないようなものがある場合には、その読みきれない情報部分については表示していないものと同様であることから、当該部分については誤認が生じるおそれのあるものと考えられます。

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
5	Ⅱ - 3 - 8 (3) イ・ロ	金融オンブズネット	<p>広告・表示のあり方については、大前提として以下の点の項目を追加すべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・とりわけ「注意喚起情報」については、他の活字より大きな活字を使用するなど商品の正しい理解を促すようにすべきである。</li> </ul>	同上
6	Ⅱ - 3 - 8 (3)イ	社団法人生命保険協会	<p>「著しく小さな文字」、「著しく短い時間」等については、当該条件表示を契約者等が見落とすような表示であるか否かを判断する視点を例示しているものであって、具体的な判断基準を定めているものではなく、表示方法の適切さについては、文字の大きさ、表示時間、表示箇所、表示する分量等を総合的に勘案し、当該保険商品の内容が実際のものより著しく優良であるとの誤認を与えることがないよう対応することで問題ないことを確認したい。</p>	貴見のとおりです。
7	Ⅱ - 3 - 8 (3)イ	金融オンブズネット	<p>(3)イでは、商品の優良性を示すのに、「それと不離一体の関係にあるものを併せてわかりやすく示さない」場合を退けているが、加えて、「なんら関係のない情報を提示し、優良性を示すこと」も排除すべきである。たとえば、傷害保険であるにもかかわらず「無審査」を強調しているような事例がある。</p>	<p>保険商品の保障内容等に関する優良性・有利性と直接関係のない情報を提示し、あたかも優良・有利であるかのごとき表示をなしている場合には、優良誤認・有利誤認を招くおそれがあるものであり、ご指摘の点を踏まえ修正します。</p>
8	Ⅱ - 3 - 8 (3)イ	金融オンブズネット	<p>無審査の場合、後から給付制限事項が明確になったときには給付が受けられない場合があることを明確にすべきである。たとえば、高血圧（140以上）だった場合には、脳溢血、心筋梗塞など、それを原因とする入院、手術には給付されなかった事例などが報告されている。</p>	<p>例示のような給付制限事項については、たとえ告知が不要であったとしても、給付金が給付されないことについて、わかりやすい例示を示したうえで、パンフレット、「契約概要」、「注意喚起情報」を記載した書面等を読むことの重要性を示し、それらの書面等において給付制限事項を明確に説明することが必要と考えます。</p>
9	Ⅱ - 3 - 8 (3)ロ	金融オンブズネット	<p>(3)ロでは、制限条件を示さない場合を例示をあげて退けているが、例示として「更新時に保険料が大幅にアップすることもある」を入れていただきたい。</p>	<p>保険期間における保険料の安さを表示している場合には、例示のような表示を行わないことは有利誤認を招くおそれがある場合があると考えます。</p>
10	Ⅱ - 3 - 8 (3)ハ	弁護士	<p>客観的事実とは如何なる意味か。例えば、特定の保険会社若しくはその関係者から報酬等を受けて調査を行っている機関の調査結果を引用し、当該保険会社は最上級であるなどと表示することは、客観的な事実に基づく表示ではないとの理解でよいか。</p>	<p>客観的事実といえるかどうかについては、その調査方法が公平公正かつ妥当なものであるかどうか、調査が統計的に十分な標本数となっているか、正確な計数に基づくものとなっているどうか、などといった観点から実証される必要があると考えます。</p> <p>なお、当該調査を行っている機関との出資関係や報酬等の状況についても考慮されるべき事項と考えられます。</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 - 8 (3)ニ	社団法人日本損害保険協会	販売する銀行が銀行法施行規則第13条の5による誤認防止措置を実施していれば問題ないことを確認させていただきたい。	銀行等で保険商品を販売する際に使用される募集用の資料などにおいて、同規則で説明を要している内容を表示することを求めています。
12	Ⅱ - 3 - 8 (3)ニ	社団法人全国消費生活相談員協会	銀行窓販については、現在高齢者を中心に、「保険とは思わなかった」「銀行が契約先と思った」などの多数の苦情があり、今後、取扱いが全保険商品に拡大されることを踏まえれば、預金との誤認防止、契約主体の誤認防止につき、適切な例示が必要と考えます。	貴見のとおり、保険商品であること、預金との誤認防止、契約主体の誤認防止の観点から、これらの総合的な表示が必要と考えます。
13	Ⅱ - 3 - 8 (4)	社団法人日本損害保険協会	本項目により表示すべき対象が何かにつき明確にさせていただきたい。また、具体的にどのようなイメージで記載することを念頭に置いているのかにつき確認させていただきたい。	保険商品を顧客に十分理解してもらうためにも、「契約概要」「注意喚起情報」を記載した書面等を読むことの重要性については、幅広く周知することが望ましいことと考えています。 どのように周知していくかについては、基本的には各社の判断により行われることとなりますが、保険商品を説明する広告となっていない、例えばイメージ広告にまで「契約概要」「注意喚起情報」であることの表示を行うことを求めるものではありません。
14	Ⅱ - 3 - 8 (4)	社団法人日本損害保険協会	4/1時点で手当てが完了していることは求められないことにつき確認させていただきたい。	「契約概要」等に係る部分については、「契約概要」等のスケジュールに合わせて対応する必要があります。
15	Ⅱ - 3 - 8 (5)イ	社団法人日本損害保険協会	「本社で集中管理するなど」とあるが、本社で作成したマニュアルに沿って、営業課支社において募集文書を作成するとともに各部店の業務グループなどでマニュアルとの整合性をチェックし、さらに、管理番号を採番し管理簿を備えているなど、本社集中管理と同レベルの管理態勢を整えていけば、適切な管理態勢とされることを確認させていただきたい。	募集用資料等において不適切な表示があった場合や当該説明事項に何らかの変更が生じた場合には、当該個別商品にかかる全募集文書及び当該表示方法の適切性について全募集文書の表示内容が漏れなく横断的にチェックできることが必要と考えています。
16	Ⅱ - 3 - 8 (5)イ	社団法人日本損害保険協会	「募集用の資料」の範囲について、例えば、営業課支社にて個別に作成する見積書のようなものまで集中管理を求めるものではないことを確認させていただきたい。(但し、そのような見積書とは別に重要事項説明義務が履行されていることを前提とする。)	見積書がどのようなものか定かではありませんが、保険商品の内容に関する記載がなされておらず、募集活動に利用されているものでなければ、本措置の対象外と考えます。
17	Ⅱ - 3 - 8 (5)イ	社団法人生命保険協会	「本社で集中管理する」ことについては、本社の複数部署で管理する場合でも、募集用資料等の表示内容にかかる審査につき、共通の管理基準で漏れなく審査が行われる体制であればよく、物理的に本社の一箇所管理する必要は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
18	Ⅱ - 3 - 8 (5)イ	在日米商工会議所	コンプライアンス担当部門を通じた募集用資料等の「リーガル・チェック」に関する、本社における「集中管理」を含む十分な審査体制を確立するというⅡ - 3 - 8 (5)の条項について、ACCJは「集中管理」が単一部門による募集用資料の作成を要求するものであるのか、それともプロセスがうまく調整されていれば複数部門が文書作成に参加できるのかを確認したいと考えています。さらにACCJは、募集用資料に使われる各文書を会社の法務又はコンプライアンス担当部門が審査・承認する必要があるのか、それとも募集用資料作成部門の作成活動を指揮・監督する効果的なシステム、チェックリスト、研修等の体制をコンプライアンス担当部門が構築すればよいのか、という点について金融庁に確認させていただきたいと考えています。	単一の部門による資料作成以外は認めないといった趣旨ではありませんが、作成される募集文書については、必要に応じコンプライアンス担当部署の審査が行われたうえで、募集文書審査担当部署が責任をもって確認し、その後の管理についても適切に行われることが必要であると考えています。
19	Ⅱ - 3 - 8 (5)ロ	社団法人日本損害保険協会	約款、契約概要、注意喚起情報等の表示内容の整合性とは、表現振りの整合性ではなく、その内容の整合性を示しているとの理解で良いか確認させていただきたい。	貴見のとおりです。
20	Ⅱ - 3 - 8 (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	(5)のコンプライアンス担当部門による審査体制においては、必ず消費者代表が参加した体制を作る必要があると思います。	今回の改正では、苦情等において表示上の問題等が指摘されている場合の対応等のための体制整備を定め、外部からの苦情や意見を反映できるような態勢整備が求められます。その際、例えば消費者モニターや社外の専門分野アドバイザーによる意見を取り入れる制度の導入、顧客満足度調査による意見・情報等を有効に活用するなど、外部の様々な意見を活用する仕組みが考えられます。
21	Ⅱ - 3 - 8 (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	「ハ、契約者等からの苦情等において…中略…改善のための適切な対応がとられる体制となっているか」では、「改善のため」だけでなく、「救済のための対応」が先決であり、適正な表示を行わなかった場合に実効性の担保として、行政指導や契約取消し等の処分に関する記載も必要であると思います。	貴重なご意見として承ります。