

顧客への約款等の開示について

—インターネットによる開示の動向—



保険・年金研究部門 小林 雅史

masashik@nli-research.co.jp

1—はじめに

いわゆる保険金不払い問題への対応から、近年、各生保会社は約款の平明化、商品自体のシンプル化を急ピッチで進めている。

一方、約款そのものの顧客開示は、1977年、従来契約後に郵送されていた約款が、契約時にご契約のしおりとともに開示されるようになってからすでに30年余り経過している。その後、監督規制の改正等により、「ご契約のしおり・約款」に加え、「重要事項説明書」等の書面や、それに代わる「契約概要」、「注意喚起情報」の開示も行われている。

これらは保険に加入する顧客に対する開示であるが、ここ数年の動きとして、インターネット上の自社ホームページを通じて、幅広く一般の消費者に約款等を開示する生保会社が現れてきている。さらに、保険加入顧客への開示資料の提供方式についても、従来の紙ベースでの提供から、CD-ROMでの提供が行われるようになってきている。

2—これまでの経緯

1 | ご契約のしおり、約款の契約締結時開示開始

1962年7月、保険審議会答申「生命保険募集に関する答申書」において、「一般契約者大衆にも容易に理解しうるよう保険約款の重要部分について平明に解説し、かつ、契約者が契約締結に当って熟知しておくべき事項を記載した文書を交付」することが提言され、1963年、生命保険協会が「ご契約のしおり」モデル案を作成、生保会社各社が「ご契約のしおり^(注1)」を新設し、同年4月より契約締結時の配布が開始された。

一方、約款（養老保険、定期付養老保険の販売が中心であった時代背景から、当時一般に「ご加入から満期まで」と称されていた）については、契約後に保険証券とともに郵送する取扱となっていた。

これに対し、1975年6月、保険審議会答申「今後の保険事業のあり方」において、

①契約締結時に約款を配布すること、契約申込書に受領確認欄を設けること^(注2)

②約款の平明化を図るために、モデル約款の検討を行うこと

が提言された。

保険審議会答申を受け、生命保険協会ベースでの検討が行われ、1977年1月には、生保各社が今後約款平明化を実施していくための一つの参考例として、生命保険協会が養老保険のモデル約款（給付条項をなるべく先頭に置くようにした条項配列の工夫、専門用語・法律用語の一般的用語への置き換え、箇条書きの活用による平易な文章表現、記載内容の明確化の推進等を企図）を策定した。

一方、1977年5月の衆議院大蔵委員会において、保険問題全体についての質疑が行われ、その中で契約締結時の約款配布も問題となった。

この質疑の中では、

「商法^(注3)により、保険会社は保険契約者の請求によって保険証券を交付することとなっております。そして、その保険証券には保険約款の全文を記載するか、またはこれを記載した書面を添付することを要すると保険業法施行規則^(注4)にございます。ところが、保険証券は契約成立後に交付されるものであり、したがって、加入者は契約成立前には必ずしも当然に保険約款の内容を知るべき地位に立っていない、ここに問題があるのであります。(後略)」

との質問に対し、政府説明員より

「損害保険につきましては、従来とも保険約款は契約前に配布を致しております^(注5)。生命保険につきましては、御指摘のように従来契約締結後に配布をしていたわけでございますけれど、これもこの四月から約款も契約申し込み前に配布をするということになってきております。まだ全社までいっておりませんが、まもなく全社これに従っていくと私もは期待しております。」との回答がなされた。なお、同国会においてはマルチ商法等を規制する「訪問販売等に関する法律」が成立し、1977年12月より施行された。

こうした動向を受け、1977年10月に生保各社がモデル約款を参考とした約款の改定および約款の契約締結時配布を実施した。

具体的には、これまで別の冊子であった「ご契約のしおり」と約款を一体化、「ご契約のしおり・約款」とし、契約申込書にすでに設けられていた「ご契約のしおり」の受領確認欄を「ご契約のしおり・約款」の受領確認欄とすることで、契約締結時の開示を担保した。

2 | 監督規制の改正等を受けた契約締結時の開示推進

1996年に改正保険業法が施行され、保険業法

施行規則の保険証券への約款記載・添付条項は削除されたが、生保会社の実務が大きく変わることはなかった。

1998年6月、金融システム改革のための関係法律の整備等に関する法律が公布されたが、その中で保険業法に第100条の2（業務運営に関する措置）が追加され、「保険会社は、その業務に関し、この法律又は他の法律に別段の定めがあるものを除くほか、総理府令・大蔵省令で定めるところにより、その業務に係る重要な事項の顧客への説明その他の健全かつ適切な運営を確保するための措置を講じなければならない」と規定され、同年12月に施行された。この規定に基づき、保険業法施行規則の改正が行われ、1998年12月、生保会社に、保険契約の内容のうち重要な事項を記載した書面の交付その他適切な方法により、顧客に説明を行うことが義務付けられ、さらに2000年2月、予定解約率を用いた上で解約返戻金を支払わない保険契約および契約転換について、顧客に対する説明書面の交付、署名または押印による書面の受領確認が義務付けられた。

一方、2000年に、金融商品の販売等に関する法律が成立し、2001年4月から、生保会社を含む金融商品販売業者等に対し、

①重要事項説明義務（市場リスク、信用リスクの説明）

②勧誘方針の策定・公表義務

が課されることとなった。

生命保険協会では、2000年11月に、「『金融商品の販売等に関する法律』に関する指針」を策定し、会員会社の創意工夫による同法の企図実現を呼びかけた。同指針では、対面販売の場合、重要事項についての書面の交付および内容の口頭説明、書面の手交についての顧客の受領印の取得等について示唆されており、重要事項説明書（仮称）を作成する場合は、保険業法等によ

って義務付けられている他の重要事項についても記載し、一覧とすることも望まれるとしている。インターネット販売の場合、Q & Aの掲載、問い合わせ窓口のメールアドレス等での表示、次のページに進む場合の確認ボタンの設定等が、通信販売の場合、顧客からの照会先電話番号表示等が望ましいものとされている。

こうした動向を踏まえ、生保会社では「重要事項説明書」、「特に重要なお知らせ」等の名称の書面を作成し、これまでのご契約のしおり・約款に加え、契約締結時までに金融商品の販売等に関する法律で求められている重要事項を含めた内容を書面で顧客に提示・説明し、契約申込書に受領印欄を設けることが一般的となった。

2005年4月、金融庁は「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム」を設置、2005年7月、同チームにより中間論点整理「保険商品の販売・勧誘時における情報提供のあり方」が公表されたことを受け、2006年2月、「保険会社向けの総合的な監督指針」が改正され、4月より施行された。

同監督指針の中では、保険会社が保険商品の販売・勧誘時に顧客に説明すべき重要事項として、
 ①契約概要：顧客が保険商品の内容を理解するために必要な情報
 ②注意喚起情報：顧客に対して注意喚起すべき情報
 を分類し、掲載項目を定めた上で、顧客から重要事項を了知した旨の十分な確認、事後の確認状況の検証態勢が求められた。

生命保険協会は、2006年3月、「契約概要作成ガイドライン」、「注意喚起情報作成ガイドライン」を策定、生保各社の作成の際の参考としたが、これを受け、「重要事項説明書」に代え、「契約概要」、「注意喚起情報」が事前開示された（記載内容は図表－2、図表－3参照）。

これらの顧客への事前開示資料に加え、2006

年3月、「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム」の中間論点整理「適合性原則を踏まえた保険商品の販売・勧誘のあり方」において、契約する保険商品が顧客のニーズに合致した内容であることを確認するために、顧客ニーズに関する情報を収集し、記載した「意向確認書面」の導入が提言されたことを受け、2007年、「保険会社向けの総合的な監督指針」が改正され、4月以降、各生保会社において「意向確認書面」の作成・顧客への交付が実施された。

なお、同チームは2006年6月最終報告「ニーズに合致した商品選択に資する比較情報のあり方」で、商品比較情報提供の方向性を提言した。

2007年9月、従来の証券取引法が金融商品取引法に改定される中で、市場リスクを有する生命保険（特定保険契約^(注6)）について金融商品取引法の規制の一部が準用され、特定保険契約締結の前に、顧客に「契約締結前交付書面」の交付が義務付けられたため、生命保険協会は、2007年9月、「契約締結前交付書面作成ガイドライン」を策定、生保各社の作成の参考とした。

[図表－1] 顧客への約款等の開示の経緯

1962年7月	「生命保険募集に関する答申書」（保険審議会）
1963年4月	「ご契約のしおり」事前配布
1975年6月	「今後の保険事業のあり方について」（保険審議会）
1977年10月	「ご契約のしおり・約款」事前配布
2000年11月	『「金融商品の販売等に関する法律」に関する指針』（生命保険協会）
2001年4月	「重要事項説明書」等の事前配布
2006年3月	「保険会社向けの総合的な監督指針」改正を受けた、「契約概要作成ガイドライン」、「注意喚起情報作成ガイドライン」（生命保険協会）
2006年4月	「重要事項説明書」等に代え、「契約概要」、「注意喚起情報」事前配布
2007年4月	「意向確認書面」の導入
2007年9月	「契約締結前交付書面作成ガイドライン」（生命保険協会）
2007年9月	特定保険契約について、「契約締結前交付書面」事前配布

[図表-2] 「契約概要」の記載内容

(ア) 当該情報が「契約概要」であること
(イ) 商品の仕組み
(ウ) 保障（補償）の内容 ※保険金等の支払事由、支払事由に該当しない場合および免責事由等の保険金を支払わない場合のうち主なもの
(エ) 付加できる主な特約およびその概要
(オ) 保険期間
(カ) 引受条件（保険金額等）
(キ) 保険料に関する事項
(ク) 保険料払込みに関する事項（保険料払込方法、保険料払込期間）
(ケ) 配当金に関する事項（配当金の有無、配当方法、配当額の決定方法）
(コ) 解約返戻金等の有無及びそれらに関する事項

（資料）「保険会社向けの総合的な監督指針」より

[図表-3] 「注意喚起情報」の記載内容

(ア) 当該情報が「注意喚起情報」であること
(イ) クーリング・オフ
(ウ) 告知義務等の内容
(エ) 責任開始期
(オ) 支払事由に該当しない場合および免責事由等の保険金を支払わない場合のうち主なもの
(カ) 保険料の払込猶予期間、契約の失効、復活等
(キ) 解約と解約返戻金の有無
(ク) セーフティネット
(ケ) 特に法令等で注意喚起することとされている事項

（資料）「保険会社向けの総合的な監督指針」より

3—インターネットによる約款等の開示

現在、保険契約の締結前に、顧客に対して「ご契約のしおり・約款」、「契約概要」および「注意喚起情報」が配布されている。

これらの事前開示資料について、生保会社のホームページで広く一般に開示される例がある。

ネット販売生保は、販売している全保険種類の「ご契約のしおり・約款」、「契約概要」、「注意喚起情報」を開示している。また、一部保険種類について通信販売を行っている生保会社が、対象商品についてこれらの事前開示資料を開示しているケースもある。

ネット販売・通信販売の特性から導入されたものであろうが、対面販売を行っている会社でも事前開示資料をインターネット上開示している例がある。

具体的には図表-4の通りであり、生保会社全46社（うち現在新契約を取り扱っていない外資系生保が3社あり、実質的には43社）中、「ご契約のしおり・約款」を開示しているのは17社、「契約概要」を開示しているのは15社、「注意喚起情報」を開示しているのは20社となっており、そのうち、全保険種類について「ご契約のしおり・約款」、「契約概要」、「注意喚起情報」を開示している生保会社は6社（「契約概要」については、顧客一人一人の保険金額、保険料を記載した実際の提案書としている生保会社もあり、全保険種類について「ご契約のしおり・約款」、「注意喚起情報」を開示している生保会社がこのほかに3社。一部保険種類について「ご契約のしおり・約款」、「契約概要」、「注意喚起情報」を開示している生保会社が4社）となっている。

[図表-4] 「約款等」のインターネットでの開示状況

	ご契約のしおり・約款	契約概要	注意喚起情報
内国生保 (15社)	10社	4社	8社
外資系生保 (17社)	2社	6社	6社
損保系生保 (9社)	3社	3社	4社
ネット販売生保 (2社)	2社	2社	2社
合計 (43社)	17社	15社	20社

（注）2009年10月5日現在、筆者調査。「約款等」とは、「ご契約のしおり・約款」、「契約概要」、「注意喚起情報」を指す。保険種類の一部でも開示している場合、開示とした。

また、「ご契約のしおり・約款」の本体の掲載のほか、「約款のわかりやすい解説」と称する約款本文の解説について、ネット販売生保の創業前の2007年4月から掲載している国内生保が1社あり、顧客の便宜を図る創意工夫の観点からは、新たな試みといえよう。

一方、「ご契約のしおり・約款」についてCD-ROM化し、顧客に配布している生保会社がプレス発表ベースで2008年以来、現在3社(国内生保2社、外資系生保1社)ある。

いずれも顧客の利便性向上、紙資源の節約等による環境対応を目的とし、希望する顧客には紙ベースでの「ご契約のしおり・約款」を配布している模様である。

4—おわりに

約款等の顧客への開示状況について概観したが、約款の平明化、商品自体のシンプル化に加え、約款等の開示方法等についても各社が独自の工夫をこらし、顧客の利便性を図っていくことが重要であると考えられる。

従来から、約款等の事前配布に加え、その書面のサイズや文字のポイントについても見やすさの観点から逐次拡大されてきており、イラストや色使い等の点でも少しでもわかりやすくなるような努力が行われてきている。「ご契約のしおり・約款」のCD-ROM化は、サイズの拡大表示や、検索機能等も含めたわかりやすい提供方式の一つと考えられよう。

一方、約款等のインターネットでの開示は、保険加入顧客にとどまらず、広く一般消費者の約款等の理解を促進するという点で、従来の取組みから一歩踏み出した対応といえよう。

約款等のインターネットでの開示そのものは、必ずしも保険業法等の法令で求められている措置ではないが、法令等で求められているから実

施するといういわば会社の視点ではなく、顧客の視点に立ち、時代を先取りした各生保会社の多様な取組みが望まれよう。

例えば、改正保険法の施行により、一部の規定が既契約にも適用されることから、施行日以降ホームページに改定後の約款を掲載することによって周知し、個々契約者にはその後一定のタイミングで通知するという方式についても紹介されており^(注7)、ホームページでの約款等の掲載については、さまざまな局面での活用が考えられる。

今後も保険に加入する顧客に加え、一般消費者も含むこれから保険に加入する可能性のある顧客に対し、インターネット等多様な媒体で、いかにわかりやすく約款等、すなわち保険商品そのものを説明していくかがポイントとなろう。

〈参考文献〉

本文、注に記載のほか、以下の通り。

- ・金融庁ホームページ
- ・生命保険協会ホームページ
- ・生保各社ホームページ
- ・生命保険協会報
- ・木下孝治「保険募集における重要事項説明ルールの考え方について」、生命保険論集No.152、2005年9月、財団法人生命保険文化センター
- ・坂本一郎「保険商品の販売勧誘のあり方について—検討チームの検討状況—」、生命保険経営第75巻第2号、2007年3月、生命保険経営学会
- ・浅湫聖志「損害保険募集における『重要事項説明』『適合性』『募集人の身分開示』に関する検討—ドイツ改正保険契約法(VVG)とも比較して—」、損害保険研究第71巻第2号、2009年5月、財団法人損害保険事業総合研究所

- (注1) 創設当時の「ご契約のしおり」の記載事項は、①ご契約の申込書について、②ご健康などの告知について、③無審査保険(筆者注:現在の告知書扱の保険)について、④第一回保険料充当金額収証について、⑤会社の責任開始がはじまる時、⑥保険証券と告知書の写し、⑦第二回以降の保険料お払込について、⑧保険料のお払込におしつかえができたとき、⑨その他の9項目となっていた。
- (注2) 1975年の保険審議会答申では、「契約のしおりについては、加入者が保険制度を理解する上に大切な媒体であることに鑑み、昨年来、その内容について、早期解約は契約者にとって損であること、他の保険商品との比較を行い、契約条件等の内容を十分理解した上で加入することが望ましいこと等の事項を合わせ明記するとともに、その形式においても、契約者の注意を喚起するような方策が講じられてきた。また、契約申込書に契約のしおりの受領確認欄を設ける等、契約申込者への確実な配布のための措置がとられた」として、生保会社のこれまでのご契約のしおりに対する取組みを評価しつつ、新たに約款の契約締結時配布を提言している。
- (注3) 商法第649条、第679条において、保険契約者の請求による保険証券の交付が保険証券記載事項とともに規定されていたが、保険法では第6条、第40条、第69条において、保険契約の締結時の書面交付としてその記載事項とともに規定された。保険証券という名称が付されなかったのは、保険証券は私法上の有価証券ではなく、証拠証券に過ぎないことによる。また、保険契約者の請求の有無にかかわらず、書面交付が義務付けられた。
- (注4) (旧) 保険業法施行規則第16条 保険証券ニハ保険約款ノ全文ヲ記載シ又ハ之ヲ記載シタル書面ヲ添付スルコトヲ要ス但シ大蔵大臣ノ認可ヲ受ケタルトキハ其ノ一部ノ記載ヲ以テ之ニ代フルコトヲ得
- (注5) 現在損害保険会社では、約款の事前配布は行われていない模様である。なお、インターネットによる約款開示は一部行われている。
- (注6) 特定保険契約とは、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じるおそれがある保険契約で、具体的には変額保険、変額年金、外貨建て保険、市場価格調整機能を有する保険等。
- (注7) <座談会>長谷川靖、松原功、卯辰昇、仁科秀隆「新保険法下でのコンプライアンスー保険約款と体制整備のあり方を中心にー」、金融法務事情第1872号(2009年7月15日号)39ページ、社団法人金融財政事情研究会