

募集文書等の表示に係るガイドライン

一般社団法人日本損害保険協会

2017年4月

目 次

1. 本ガイドラインの目的	2
2. 本ガイドラインの改廃	2
3. 対象	2
4. 役割・位置付け	3
5. 留意事項	5
6. 社内における管理態勢等	15
7. 見直しの時期	16

1. 本ガイドラインの目的

本ガイドラインは、一般社団法人日本損害保険協会の会員会社（以下「会員会社」という。）の保険商品の販売に関わる募集文書およびマス媒体による広告の環境整備に資すること、ならびに一般消費者の保険商品に対する理解促進を図ることを目的に、次の観点から作成したものである。

- 一般消費者向け保険商品の募集文書および広告の表示に係る基本的な考え方ならびに留意事項等を整理する。
- 一般消費者に著しく優良・有利であるとの誤認を招くことを防止する（*）。
- 表示媒体および商品特性に応じて分かりやすく表示する。

（*）景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）第4条（不当な表示の禁止）

一般消費者に著しく優良・有利であると誤認される表示を禁止する。

金融庁の「保険会社向けの総合的な監督指針」Ⅱ-3-1 1（適切な表示の確保）

契約者等に著しく優良・有利であるとの誤解を与える表示とならないよう留意する。

本ガイドラインは、会員会社が自主的に取組むための方向性を示したもので、記載項目、表示方法などにつき拘束力を有するものではないが、会員会社は、保険業法、景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）、消費者保護関連法令等を遵守するとともに、本ガイドラインの内容を参考としつつ、一般消費者向けの情報提供を充実させて、保険商品に対する理解度の向上に努めるものとする。

2. 本ガイドラインの改廃

本ガイドラインは、社会の環境変化を踏まえ、必要に応じて適宜見直し・充実を図ることとする。改廃は理事会の決議によるものとする。ただし、軽微な改定については業務委員会の決議によるものとする。

3. 対象

（1）本ガイドラインにいう「募集文書等」とは、保険契約の締結または保険募集のために使用する文書等をいい、具体的には、一般消費者向けの保険商品の販売に関わる募集文書等（保険料のみや割引のみを訴求するものを含み、必ずしも紙面による文書であることを要しない。）を対象とする。ただし、保険商品名や保険会社名のみを訴求するものについては対象としない。

なお、下記5. 留意事項については、重要事項説明書（契約概要・注意喚起情報）は対象外とし、「契約概要・注意喚起情報（重要事項）に関するガイドライン」の対象とする。

また、「保険証券」「満期案内状（ハガキ）」「自動継続案内状（ハガキ）」「保険約款」等については、保険商品の販売と直接的に関連しなければ募集文書等には該当しないが、本ガイドラインの趣旨に沿って、分かりやすい表示に努めることとする。

（2）本ガイドラインにいう「マス媒体による広告」（以下「広告」という。）とは、保険商品の特徴やサービスの情報を提供することにより一般消費者の加入意思の促進もしくは募集機会の創出のために行う広告をいい、具体的には、新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・インターネット等のマス媒体を使った一般消費者向けの保険商品の販売促進に関わる広告を対象とする。ただし、保険商品名や保険会社名のみを訴求するものについては対象としない。

＜対象となる募集文書等および広告の代表例＞

- (1) 重要事項説明書（契約概要・注意喚起情報）
- (2) 意向確認書面
- (3) パンフレット・リーフレット
- (4) 保険契約申込書等
- (5) 契約のしおり（保険契約の締結後に契約者に送付される場合は、募集文書等には該当しない）
- (6) ダイレクトメール
- (7) ホームページ上の保険商品の販売に関わる募集文書、電子メール等を利用した保険商品の販売に関わる募集文書
- (8) 広告
 - ア. 新聞・雑誌等による活字広告（新聞・雑誌等その他刊行物による広告、不特定多数を対象としたチラシ等印刷物による広告、ポスター・看板・懸垂幕等の掲出物による広告。以下「活字広告」という。）
 - イ. テレビ・ラジオ等による映像・音声広告（テレビ・ラジオ等によるコマーシャル等による広告、映画・スライド・ビデオ・DVD・電光等による広告。以下「映像・音声広告」という。）
 - ウ. その他情報を提供するためにインターネット等の媒体を使用した広告（インターネット・電子メール等を利用した広告。以下「インターネット広告等」という。）

4. 役割・位置付け

- (1) 募集文書等および広告については、誤認防止と分かりやすさの観点から以下の基本精神を踏まえるとともに、それぞれの役割や位置付けを十分認識しておくことが必要である。
 - ・記載量は、一般消費者が読める程度の分量にする。
 - ・内容は、一般消費者が独力でも理解できるようにする。
 - ・構成は、図表の使用や配色・配置を工夫することにより、一般消費者の理解を促進させるようにする。
 - ・用語・表現は、少なくとも同一の保険種目では、すべての募集文書等において同一の用語・表現に統一して表示する。
- (2) 募集文書等および広告の役割や位置付けは、下表のとおりである。

下表の中で重要事項説明書（契約概要・注意喚起情報）は、契約者に必ず交付し、内容を読んでいただくための書面であり、特に重要な募集文書等に位置付けられる。なお、下表の募集文書等とあわせて、必要に応じて保険料の見積書が一般消費者に提供される場合がある。

募集文書等および広告の種類	役割・位置付け
重要事項説明書 (契約概要・注意喚起情報)	<p>保険商品の内容や保険契約に関する重要な事項を記載した書面。</p> <p>契約者に対する契約時の必須交付書面であり、募集人が主にこれを使用して商品の概要や契約時の注意事項等の概要を説明し、募集を行うための書面。</p> <p>募集人から直接説明を受けない場合であっても、一般消費者が一人で読んで商品の概要や契約時の注意事項等を理解して商品を選択したうえで、適切に契約を締結するために活用いただくためのものである。</p>
意向確認書面	<p>保険契約の申し込みを受ける際に、契約者の意向を把握し、申し込みされる契約内容（補償内容、補償金額、その他の条件等）が契約者の意向に沿った内容であること、契約内容と保険料が適切であることを契約者自身に確認していただく書面。</p> <p>契約者から署名または記名・押印のうえ提出いただいた後、契約者に控えを渡して、保険契約申込書等の控えとあわせて契約者自身が申込内容（契約内容）が意向に沿った内容であることを確認できるようにする。</p>
パンフレット・リーフレット	<p>保険商品の概要について、特色、補償内容、制限的な情報等を整理し、デザイン・配色等を工夫して視覚に訴えかけるように記載した書面。</p> <p>商品の特長等、商品の検討・選択において重要事項説明書を補足する内容等を記載した書面。</p> <p>損害保険会社や代理店の店頭等に設置されており、一般消費者が保険商品の内容を知ろうとする際や保険商品を検討・選択・比較する際に、活用いただくためのものである。</p>
保険契約申込書等	<p>契約者および被保険者が、契約内容（補償内容、補償金額、その他の条件等）および告知事項等を記載し、署名または記名・押印をもって契約締結の申し込みあるいは契約内容の変更の申し込みの意思の確定を行う書面。</p> <p>申し込みを受けた時は、契約者に保険契約申込書等の控えを渡して、後日送付する保険証券等が届くまでの間、契約者自身が申込内容（契約内容）を確認できるようにする。</p>
契約のしおり	<p>保険商品の補償内容や免責事由等の解説を盛り込んだ冊子。</p>
ダイレクトメール	<p>保険商品の概要や保険料例等を記載した案内状。</p> <p>契約者や資料請求いただいた一般消費者に、各種保険商品を案内しようとして、相手を特定して送付する文書である。</p>
ホームページ上の保険商品の販売に関わる募集文書、電子メール等を利用した保険商品の販売に関わる募集文書	<p>ホームページ・電子メール上の画面で、保険商品の重要事項説明書（契約概要・注意喚起情報）、意向確認書面、パンフレット・リーフレットを表示したり、ホームページにおいて契約締結の申し込みまたは契約内容の変更の申し込みを受け付けるもの。</p>
広告	<p>新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・インターネット等のマス媒体を使い、限られたスペースや放送時間に、一般消費者に保険商品の特徴やサービスの情報を提供することにより、保険の加入意思を促進する、または資料請求などの募集行為の機会を創るためにマス媒体を通じて行うもの。</p>

5. 留意事項

(1) 留意すべき事項

① 募集文書等または広告に保険商品の特色を表示する場合には、一般消費者が補償内容、保険料または加入条件等の優良・有利性を示す情報だけに注目して著しく優良・有利であるとの誤認を招くことのないよう、制限的な情報について、次の点に留意する。

ア. 分かりやすく明瞭に表示する。

イ. 優良・有利性を示す情報と同一視野に入るように表示する。

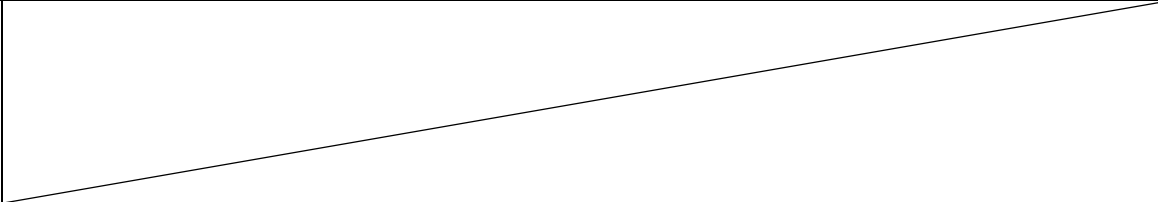
ウ. 文字の大きさが優良・有利性を示す情報と比べてバランスを欠いて小さくならないようにする。

なお、活字広告のうちチラシについては、特に表示スペースが限られており著しく優良・有利であるとの誤認を招くおそれがあることから、優良・有利性を示す情報と不離一体の関係にある制限的な情報について、上記ア.～ウ. に留意する。

また、映像・音声広告については、表示時間が限られており著しく優良・有利であるとの誤認を招くおそれがあることから、十分な表示時間が確保できない場合には、優良・有利を示す情報と不離一体の関係にある制限的な情報について、一般消費者が理解できる時間・活字の大きさでの画面上の表示もしくは音声での説明を行う。

② 募集文書等または広告に下表の各項目（「全般」「補償内容（免責事由・制限条件を含む）」「保険料」「加入条件」）を表示する場合には、それぞれの留意すべき事項を踏まえることとする。特に、新商品開発時または商品改定時には、約款内容と募集文書等または広告の表示内容が異なることのないよう、十分にチェックする。

なお、広告については、表示のスペースもしくは時間が限られていることから、十分なスペースもしくは時間が確保できない場合には、スペースもしくは時間に応じて優良・有利性を示す情報の表示を抑制し、「保険商品の詳細については募集文書等で確認願いたい旨」および必要に応じて「相談先」を表示する等、一般消費者に注意喚起を促すようにする。

項目	留意すべき事項	補足説明または各保険種目における留意すべき事項の事例等
ア. 全般	<p>(ア) 業界における最上級その他の序列を直接に意味する用語、唯一性を直接に意味する用語、相対的な優位性があること意味する用語（例示は右記参照）を使用する場合には、その主張する内容が客観的に実証されていること。</p> <p>また、客観的な実証は、具体的な根拠、およびその根拠が自社内比較によるものか業界比較によるものかについて表示すること。</p>	<p>【保険種目共通事項】</p> <p>a. 最上級その他の序列を直接に意味する用語の例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「最高」「最低」「最良」「最大」「最小」「日本一」「第一位」「ナンバーワン」 <p>b. 唯一性を直接に意味する用語の例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「当社だけ」「業界初」「他にはない」 <p>c. 相対的な優位性があることを意味する用語の例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「ワイドな補償」「最低水準」「割安」 <p>(注)上記 a. ～ c. に例示した用語等を使用する場合は、その用語の根拠となった調査方法、出典または前提条件を表示する必要があることに留意する。</p>
	<p>(イ) 客観的な事実について表示する場合には、その一部のみを表示あるいは強調することにより、契約者等に誤った事実認識をさせることのないように表示すること。</p>	<p>【保険種目共通事項】</p> <p>テレビCM等において、重要な事項を画面上に表示する場合は、十分な視認性を確保すること。</p> <hr/> <p>【傷害保険・医療保険等、人の損害に備えるための保険】</p> <p>医療費の自己負担額を表示する場合は、契約者等に過大に認識させるおそれのないよう、高額療養費制度を踏まえ、適切に表示にすること。</p>
	<p>(ウ) イラストや図表等を活用する場合には、一般消費者がイラストや図表等により補償内容等について誤認することのないように表示すること。</p>	
イ. 補償内容（免責事由・制限条件を含む）	<p>(ア) 保険契約および補償の条件ならびに留意点等を、表示媒体の特性に応じて分かりやすく明瞭に表示する等、一般消費者に著しく優良・有利であるとの誤認を招かないようにすること。</p>	<p>【保険種目共通事項】</p> <p>同一の補償中で保険金額とは別に保険金の支払限度額や回数・期間等の制限または免責金額が設定されている場合には、その保険金額・支払限度額や免責金額または保険責任期間等を表示すること。</p>

項目	留意すべき事項	補足説明または各保険種目における留意すべき事項の事例等
		<p>【火災保険等、財物の損害に備えるための保険】</p> <p>a. 家財を対象とした火災保険において、一定額以上の貴金属・宝石・美術品等は保険契約申込書に明記物件として記載しない限り補償の対象外としている場合には、その旨を表示すること。</p> <p>b. 住宅や家財を保険の対象とする火災保険において、地震・噴火・津波による損害を補償の対象外としている場合には、これらの損害の補償には、併せて地震保険をご契約いただく必要がある旨表示すること。</p> <p>c. 地震保険（地震保険に関する法律に定義されている地震保険）においては、特に次のような点を表示すること。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○保険金額は主契約である火災保険の保険金額の30%～50%の範囲内で設定すること。ただし、建物・家財別の保険金額の設定に限度額があること。 ○1回の地震等による総支払限度額が設定されており、万一、その金額を超える支払いが生じた場合には、個別の地震保険の支払保険金を削減して支払う可能性があること。 <hr/> <p>【傷害保険・医療保険等、人の損害に備えるための保険】</p> <p>a. 医療保険において、契約締結後の一定期間、補償の対象外である場合や補償が削減される場合、あるいは補償が上積みされる場合には、その旨を表示すること。</p> <p>b. 医療保険において、被保険者の年齢、契約締結後の年数、入院日数、対象疾病等の条件により、補償内容につき異なる取扱いとなる場合には、その旨を表示すること。</p> <p style="padding-left: 2em;">例：病気による入院等の保険期間が終身である一方、ケガによる入院等の保険期間が一定年齢までとなっている商品について、病気の場合が終身であることを表示するときには、ケガの場合は●●歳までであることを表示する。</p> <p>c. 先進医療による治療費等を補償する保険商品において、先進医療について説明する場合、保険金の支払い対象となる医療行為、医療機関および適応症等に制限がある場合には、その旨を表示すること。</p> <p>d. 医療保険と傷害保険とを併記する場合には、傷害保険でも疾病による補償（病気による入院補償など）が受けられるかのような誤認を招かないように、補償内容の違いを注意喚起する等、表示のしかたに留意すること。</p> <p>e. 家族傷害保険やファミリー交通傷害保険などの家族型の保険については、被保険者の範囲を表示すること。</p>

項目	留意すべき事項	補足説明または各保険種目における留意すべき事項の事例等
		<p>【自動車保険等、財物や人等への損害に総合的に備えるための保険】</p> <p>自動車保険においては、次のような点を表示すること。</p> <p>○保険契約の条件によっては、対象となる運転者の範囲・年齢等について制限があること。</p> <p>例：運転者を家族に限定した場合の家族の範囲について表示する。</p> <p>○保険契約の条件によっては、対象となる事故の範囲について制限があること。</p> <p>例：車両保険の補償範囲について表示する。地震・噴火・津波による損害を補償しない場合にはその旨も表示する。</p>
	<p>(イ) 保険商品名からは補償範囲が分かりづらい保険種目では、補償範囲について具体事例を含めて分かりやすく明瞭に表示すること。</p>	<p>【自動車保険等、財物や人等への損害に総合的に備えるための保険】</p> <p>自動車保険の人身傷害補償保険において、補償範囲が契約方法により異なることがある場合には、例えば、次のような補償範囲があることを踏まえ、補償範囲を分かりやすく明瞭に表示すること。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自動車に搭乗中の傷害のみを補償するもの ・歩行中を含め自動車事故による傷害を補償するもの ・自動車事故に加え、鉄道事故や航空機事故などの交通事故および建物火災などの事故による傷害を補償するもの ・日常生活上の傷害事故全般を補償するもの
	<p>(ウ) 保険金の算出方法および損害額の認定・算出基準を分かりやすく明瞭に表示する等の注意喚起を行うこと。</p>	<p>【火災保険等、財物の損害に備えるための保険】</p> <p>損害額の認定・算出基準について、契約方法により再調達価額を基準とするか時価を基準とするか選択できる場合には、例えば、再調達価額を基準とした場合と時価を基準とした場合との違いについて、次のような用語解説を行ったうえで、時価を基準とした場合には保険金だけでは十分な復旧ができないこと等をイラストを用いて分かりやすく明瞭に表示すること。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・再調達価額・・・同じものを購入するために必要な金額 ・時価・・・再調達価額から使用による消耗分を差し引いた金額

項目	留意すべき事項	補足説明または各保険種目における留意すべき事項の事例等
		<p>【自動車保険等、財物や人等への損害に総合的に備えるための保険】</p> <p>自動車保険の人身傷害補償保険で保険金を支払う損害額の認定・算出基準と、事故の相手方からの損害賠償で保険金を支払う損害額の認定・算出基準とが異なる場合には、例えば、次のような説明を行う等分かりやすく明瞭に表示すること。</p> <p>例：・人身傷害補償保険で保険金を支払う損害： 約款に定められた「人身傷害補償保険損害額基準」に従い損害額を計算する。</p> <p>・事故の相手方からの損害賠償で保険金を支払う損害： 示談や裁判によって、個別の事故の状況を反映して計算する。</p>
	<p>(エ) 免責事由および契約引受け・保険金支払いに際しての制限条件については、以下の点を踏まえて表示のしかたに留意すること。また、付帯サービスを表示する場合についても、同様の点に留意すること。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一般的なものを適切に表示する。 ・発生頻度が高いものや誤認しやすいものを目立つように表示する。 ・発生頻度が極端に低いものについては後順位に表示する。 ・メリハリのない文字で視認性を損ねたり、離れた箇所に記載されていたりすると、重要な条件を見落としやすくなるので、注意が必要である。 <p>なお、免責事由や制限条件が多岐にわたる商品については、一部の条件を強調して表示することにより誤認を招かないようにするとともに、すべての条件を網羅的に表示することで分かりにくい表示とならないよう、全体として一般消費者に著しく優良・有利であるとの誤認を招かないように表示のしかたに留意すること。</p>	<p>【火災保険等、財物の損害に備えるための保険】</p> <p>家財を対象とした火災保険において、例えば、一定額以上の貴金属・宝石・美術品等は保険契約申込書に明記物件として記載しない限り補償の対象外であることを目立つように表示したり、発生頻度が極端に低い戦争免責等は後順位とする等、表示のしかたに留意すること。</p> <hr/> <p>【傷害保険・医療保険等、人の損害に備えるための保険】</p> <p>a. がん保険において、上皮内がん（がんが粘膜の一番上の上皮内にとどまっいて、粘膜の一番下を構成している基底膜がまだ破壊されていない状態）等の初期段階のがんや転移しないがんを保険金支払いの対象外としている場合には、その旨を目立つようにする等、表示のしかたに留意すること。</p> <p>b. 始期前発病補償対象外の適用については、例えば、次のような異なる取り扱いをしている商品があることを踏まえ、それらの混同や誤認を招かないようにする等、表示のしかたに留意すること。</p> <p>例：・責任開始日からの経過期間にかかわらず補償対象外とする取扱い ・責任開始日から起算して一定期間経過後に保険金支払事由が発生した場合には責任開始日以降の発病によるものとみなす取扱い</p> <p>c. 始期前発病補償対象外の適用については、例えば、次のような取り扱いをしていることを踏まえ、誤認を招かないようにする等、表示のしかたに留意すること。</p> <p>例：責任開始日前に発病した疾病または発生した事故による傷害について、正しく告知して契約した場合であっても、その疾病または傷害については、保険金支払いの対象外とする取扱い</p>

項目	留意すべき事項	補足説明または各保険種目における留意すべき事項の事例等
		<p>【自動車保険等、財物や人等への損害に総合的に備えるための保険】</p> <p>a. 自動車保険の車両保険において、例えば、相対的に発生頻度が高い車の故障損害（バッテリーあがりを含む）やタイヤのみの損害が保険金支払いの対象外となることを目立つようにする等、表示のしかたに留意すること。</p> <p>b. 自動車保険において、保険金支払いの対象となる事故とロードサービスの対象事例とを併記する場合には、それぞれを混同したり誤認を招かないようにする等、表示のしかたに留意すること。</p> <p>c. 自動車保険の示談交渉サービスにおいて、示談交渉サービスを受けられないケースの説明や弁護士費用等補償特約の説明を行う等、表示のしかたに留意すること。</p>
	<p>(オ) 保険金が支払われるための要件について分かりやすく明瞭に表示すること。支払事由に条件がある場合にはその条件を表示すること。</p> <p>なお、保険金の支払いが多岐にわたる商品については、一部の条件を強調して表示することにより誤認を招かないようにするとともに、すべての条件を網羅的に表示することで分かりにくい表示とならないよう、</p>	<p>【火災保険等、財物の損害に備えるための保険】</p> <p>a. 風・雹（ひょう）・雪による被災の補償や水害の補償について、損害額が一定金額以上または一定割合以上であることを保険金支払いの要件としている場合には、その旨を表示すること。</p> <p>b. 持ち出し家財の損害の補償について、一時的に持ち出された家財が日本国内の建物内にあることを保険金支払いの要件としている場合や、損害を被る原因となった事故を限定（火災、落雷、破裂・爆発、風・雹（ひょう）・雪災等による損害を対象とするが、水害による損害は対象としない等）している場合には、その旨を表示すること。</p>

項目	留意すべき事項	補足説明または各保険種目における留意すべき事項の事例等
	<p>全体として一般消費者に著しく優良・有利であるとの誤認を招かないように表示のしかたに留意すること。</p>	<p>【傷害保険・医療保険等、人の損害に備えるための保険】</p> <p>a. 医療保険において、支払事由に該当する脳卒中について、「発病して初めて医師の診断を受けた日から●●日以上言語障害等の他覚的な神経学的後遺症が継続したと医師によって診断された場合」としているときには、その旨を表示すること。</p> <p>b. 介護保険において、支払事由に該当する要介護状態について、「要介護状態に該当してその状態が●●日以上継続している場合」としているときには、その旨を表示すること。</p> <p>c. 医療保険や介護保険において、公的医療保険や公的介護保険の適用を保険金支払の前提としている場合や、医療保険において、所定の対象手術を受けた場合のみ手術保険金の支払対象としている場合には、その旨を表示すること。</p> <p>d. 医療保険や介護保険において、公的医療保険について言及する場合には、公的医療保険の保障範囲（例えば、定率の自己負担のほか、高額療養費制度により、所得に応じた自己負担の上限が設けられていること等）について、消費者の誤解を招かないよう客観的事実に基づき正確な記述を行い、その記載を一般消費者が見落とすような表示等とならないよう配慮すること。</p> <p>e. 医療保険において、通院保険金の支払いについて退院後の通院でないと通院保険金が支払われない場合には、その旨を表示すること。</p> <hr/> <p>【自動車保険等、財物や人等への損害に総合的に備えるための保険】</p> <p>賠償責任保険金の支払いについては、法律によって事故の相手方に生じた損害を賠償しなければならない責任が生じていることが要件となることを表示すること。</p>
ウ. 保険料	<p>(ア) 適用できる割増引の内容および適用条件等を、表示媒体の特性に応じて分かりやすく明瞭に表示する等、一般消費者に著しく優良・有利であるとの誤認を招かないように</p>	<p>【火災保険等、財物の損害に備えるための保険】</p> <p>保険料を例示する場合には、建物の構造、建物の所在地、保険金額、保険料、割引の有無（割引の適用条件と割引率）等を表示すること。</p>

項目	留意すべき事項	補足説明または各保険種目における留意すべき事項の事例等
	<p>すること。特に保険料例を表示する場合には、その保険商品の販売対象の中心となる契約者像を前提とした条件を表示することにより、保険料が著しく安いとの誤認を招かないようにすること。</p>	<p>【傷害保険・医療保険等、人の損害に備えるための保険】</p> <p>a. 保険料を例示する場合には、その保険料の金額に影響を与える要素（例えば、契約年齢・性別、職種、保険期間、保険料払込方法（月払、年払、一時払等）、保険料払込期間（払込期間を設定できる場合）、保険金額、補償内容等）を表示すること。</p> <p>b. 医療保険においては、保険期間につき定期タイプ・終身タイプの別を表示するとともに、定期タイプについては、保険契約を継続する際に、継続時の年齢によっては保険料が継続前より高くなる場合には、その旨を表示すること。</p> <hr/> <p>【自動車保険等、財物や人等への損害に総合的に備えるための保険】</p> <p>自動車保険において、複数所有新規割引を導入している場合には、複数所有新規割引の適用条件をわかりやすく明瞭に表示すること。</p>
	<p>(イ) 特定の保険料割引や特定加入条件のもとで適用される保険料について、割引率や保険料例を表示する場合には、実際の保険料よりも著しく安いとの誤認を招かないよう、その設定条件を表示すること。</p> <p>なお、設定条件が多岐にわたる商品については、一部の条件を強調して表示することにより誤認を招かないようにするとともに、すべての条件を網羅的に表示することで分かりにくい表示とならないよう、全体として一般消費者に著しく優良・有利であるとの誤認を招かないように表示のしかたに留意すること。</p>	<p>【火災保険等、財物の損害に備えるための保険】</p> <p>火災保険において、安全性が高く罹災しにくい建物を対象とした保険料割引を表示する場合には、建物の安全性能の仕様や適用条件を表示し、適用条件を満たした建物のみが割引の対象となる旨を表示すること。</p> <hr/> <p>【傷害保険・医療保険等、人の損害に備えるための保険】</p> <p>a. 特定の年齢層や健康状態にある人に適用される保険料を、あたかも被保険者の年齢や健康状態に関わらず一般的に適用される保険料であるかのように表示することにより、実際の保険料よりも著しく安いとの誤認を招かないようにすること。</p> <p>b. 被保険者の健康状態により保険料割引を行う場合には、割引が適用される健康状態の定義が一般消費者に理解できるように表示すること。</p> <hr/> <p>【自動車保険等、財物や人等への損害に総合的に備えるための保険】</p> <p>自動車保険において、特に車の使用目的、走行距離、運転免許証の色、運転者の範囲・年齢等、保険料例の設定条件の一部のみを強調して表示することにより、実際の保険料よりも著しく安いとの誤認や加入がしやすいとの誤認を招かないようにすること。</p>

項目	留意すべき事項	補足説明または各保険種目における留意すべき事項の事例等
	(ウ) 保険料の算出方法等を表示する場合には、表示媒体の特性に応じて分かりやすく明瞭に表示する等の注意喚起を行うこと。	<p>【自動車保険等、財物や人等への損害に総合的に備えるための保険】</p> <p>自動車保険において、型式別料率クラス制度を使用している場合には、型式別料率クラス制度の内容等を分かりやすく明瞭に表示すること。</p>
エ. 加入条件	<p>○加入条件の優良・有利性を表示する場合には、その表示が客観的事実に基づくものになっていること。加入にあたって一定の制限がある場合には、誰もが無条件で加入できるとの誤認を招かないよう、加入条件を表示すること。なお、加入条件が多岐にわたる商品については、一部の条件を強調して表示することにより誤認を招かないようにするとともに、すべての条件を網羅的に表示することで分かりにくい表示とならないよう、全体として一般消費者に著しく優良・有利であるとの誤認を招かないように表示のしかたに留意すること。</p>	<p>【傷害保険・医療保険等、人の損害に備えるための保険】</p> <p>a. 医療保険において、既往症がある人の加入に一定の制限がある場合には、誰もが無条件で加入できるとの誤認を招かないよう、加入条件を表示すること。</p> <p>b. 定期タイプの医療保険において、保険期間終了後に保険契約の継続を希望しても、一定年齢に達すると継続できなくなる場合には、その旨を表示すること。</p>

③ 募集文書等のうち「パンフレット・リーフレット」「契約のしおり」「ダイレクトメール」については、「商品の正式名称（普通保険約款名）」「引受保険会社名」「その募集文書の作成年月」を表示する。なお、保険商品名の愛称（ペットネーム）を表示する場合でも、商品の正式名称が分かるようにする。

④ ホームページにおいて契約締結の申し込みを受け付ける場合には、一般消費者にとって重要な情報を漏れなく閲覧・確認した後でない申し込みができないような仕組みとし、あわせてその情報が重要である旨注意喚起を行うなど工夫して表示する。また、インターネット広告等において保険商品全体を説明する場合には、保険商品の内容や保険契約に関する重要な情報を閲覧・確認できる仕組みとし、あわせてその情報が重要である旨注意喚起を行うなど工夫して表示する。

⑤ 広告については、一般消費者の視点で、保険商品の仕組み、補償内容、免責事由および保険料など保険商品の基本に関わる事項の説明を行う。活字広告およびインターネット広告等においては、レイアウト、文字の大きさ、配色などに配慮するとともに、平易な用語を使用し、分かりやすく明瞭に表示する。

具体的な商品内容に触れる場合には、保険商品の基本に関わる事項ならびに固有のリスクに関わる警告を表示し、その際、大きく、あるいは目立つ位置に置くなど工夫して表示する。また、注記は本文に併記することとし、やむを得ず離れた箇所に表示する場合には、本文と注記が同一視野に入るようにし、本文と注記との関係を分かりやすく、かつ注記部分で明瞭にするなど工夫して表示する。

(2) 留意することが望ましい事項

① 募集文書等および広告に使用する用語・表現については、次の点を踏まえることとする。

ア. 業界における専門用語や一般消費者にとって理解しにくいと思われる言いまわしの使用を避けるように努めることとし、可能な限り分かりやすい表現に置き換えるか、カッコ書きや注意書き等で説明を加える。なお、表示スペース等の関係から置き換えや説明を加えることが困難な場合には、別途、「用語説明一覧」を挿入したり、記載例の中で説明する等、表示にあたり工夫を行うことでも差し支えない。

※「保険約款・募集文書等の用語に関するガイドライン」を参照。

イ. 同一の意味を表す用語・表現に関し、少なくとも同一の保険種目では、すべての募集文書等および広告において同一の用語・表現に統一して表示する。なお、同一の用語・表現に統一して表示する場合には、募集文書等に該当しない文書を含めて統一することができれば、より望ましい。

(例)「追徴保険料」と「追加保険料」といった表現について、どちらか一方の表現に統一して使用することにより、一般消費者の混乱を防止する。

② 募集文書等については8ポイント以上の活字を使用するなど、および活字広告の制限的な情報についても8ポイント以上の活字を使用するなどにより、分かりやすく明瞭に表示する。

③ 募集文書等については、下表に記載したような工夫を行う。

募集文書等の種類	工夫の事例
全般	<p>次のような効果が見込まれることから、募集文書等の役割や表示スペースに応じて、「特約の一覧」「保険金一覧」「用語説明一覧」「Q&A」の挿入等を行う。</p> <p>ア. 「特約の一覧」は、保険商品に自動的に付帯される特約と任意で付帯できる特約を一覧にすることで、補償内容の明確化に加え、契約者が選択できる補償内容を明示することが可能となる。</p> <p>イ. 「保険金一覧」は、独立したレイアウトにすることにより、支払われる保険金を明確にすることが可能となる。</p> <p>ウ. 「用語説明一覧」は、募集文書等の中の用語の解説文言を減らすことにつながり、見やすい募集文書等の構成にすることが可能となる。</p> <p>エ. 「Q&A」は、想定される疑問点と解説を用意することにより、一般消費者が募集文書等で示された保険商品の内容を理解することが可能となる。</p>

募集文書等の種類	工夫の事例
パンフレット・リーフレット	<p>次のような工夫を行い、一般消費者にとって理解しやすい書面とする。</p> <p>ア. 保険商品の内容等を解説する最初のページに保険商品を理解するための基本となる情報として商品構成一覧（基本補償、特約、対象範囲等保険商品の全体像を一目で理解できるように表示したもの）を表示し、一般消費者が保険商品の概要を理解できるようにして、保険商品の検討・選択・比較を行いやすいようにする。</p> <p>イ. 重要事項説明書の中の「契約概要」の内容を盛り込む場合には、一般消費者が読みやすいレイアウトにする。</p>
保険契約申込書等	<p>次のような事項を取り入れ、契約者にとって記載しやすい書面にする。なお、表示スペース等の関係から見直しが困難な場合には、契約者が独力で記載できるように、分かりやすい記載例を別途表示することでも差し支えない。</p> <p>ア. 「契約者に関する項目」「被保険者に関する項目」「ご契約の自動車に関する項目」等、関連する項目はブロックにまとめる。</p> <p>イ. 傷害保険や医療保険等で記載いただく告知事項については、記載箇所をまとめて、記載できるようにする。</p> <p>ウ. 契約者および被保険者に記載いただく部分あるいは署名または記名・押印をいただく部分については、太枠にする等により明確にする。</p> <p>また、契約者に渡す保険契約申込書等の控えについては、保険証券等が届くまでの間、契約者自身が申込内容（契約内容）を確認できる書面であることを明記する。</p>

6. 社内における管理態勢等

募集文書等および広告については、適正な表示が行われるよう、リーガルチェック等を含め、次の点に留意した管理態勢の整備や対応を行うことが必要である。なお、管理態勢の整備や対応を行う際には、社外の意見も取り入れる仕組み等の工夫を行うことが望ましい。

- (1) 本社で集中管理するなどの方法により、表示内容に係る審査が漏れなく行われていること。
- (2) 同一の保険商品における募集文書等および広告のそれぞれの表示内容の整合性を確保するためのチェックが行われていること。
- (3) 契約者等から募集文書等および広告について表示上の問題点が指摘された場合には、指摘内容を分析し、問題点が認められた場合には改善のための適切な対応が行われていること。
- (4) 誤表示や不適切な表示等が含まれる募集文書等および広告により契約を引き受けたことが判明した場合には、次の点に留意した対応を行う。
 - ① 商品開発部門、募集部門、支払部門、コンプライアンス部門、広報部門等関連部門で情報を共有したうえで、適切な顧客対応、管理態勢の見直しを行うこと。
 - ② 優良誤認を招くような誤表示等により、契約者に多数または著しい不利益が生じた場合には、事実を経営陣に報告すること。
 - ③ 契約者に不利益や優良誤認が生じる場合には、契約者の意向を確認したうえで、契約の継続・異動・取消および保険料の返戻を行うなど、契約者に著しい不利益が生じないよう適切な対応を行うこと。特に、補償対象外の事故を補償する旨表示した募集文書等により契約を引き受けていた場合で、既に保険事故が発生しているときは、保険金支払の是非および保険金支払に代わる金銭給付の必要性について慎重に検討すること。

7. 見直しの時期

- (1) 本ガイドラインに沿って、募集文書等の見直しを要する場合には、保険商品の改定等のタイミングにおいて速やかに対処することとする。
- (2) 本ガイドラインに沿って、広告の見直しを要する場合には、広告の改定等のタイミングにおいて速やかに対処することとする。

以 上

2006年12月21日	制定
2008年 4月17日	改定
2009年 4月16日	改定
2009年12月17日	改定
2012年 4月27日	改定
2012年10月26日	改定
2013年 9月19日	改定
2015年 7月16日	改定
2017年 4月20日	改定