

「金融サービスの提供に関する法律」への対応の考え方
(旧「金融商品の販売等に関する法律」への対応の考え方)

2021年11月1日（一部改定）

一般社団法人 日本損害保険協会

「金融サービスの提供に関する法律」への対応の考え方

(旧「金融商品の販売等に関する法律」への対応の考え方)

— 目 次 —

はじめに	3
1. 本法における「金融商品販売業者等」とは	5
2. 本法における「金融商品の販売」とは	6
3. 重要事項説明義務について	7
(1) 説明が必要な契約	7
i. 新規契約は常に必要	
ii. 更改契約、自動継続特約付帯契約における考え方	
iii. 保険契約の異動における考え方	
(2) 説明内容	9
i. 価格変動リスク	
ii. 信用リスク	
(3) 説明方法	14
(4) 適合性原則への対応	15
(5) その他	16
i. 二つ以上の金融商品販売業者等が説明義務を負う場合	
ii. 説明が不要な相手方	

4. 断定的判断の提供等の禁止について	18
5. 勧誘方針策定・公表義務について	19
(1) 基本的スタンス	19
(2) 公表の方法	21
6. 経過措置（整備法第183条第2項）について	22

はじめに

＜この資料の位置づけ＞

2001年4月に施行（2006年6月一部改正、2007年9月施行）の「金融商品の販売等に関する法律」（※）においては、金融商品の販売業者等に対して説明義務等が課され、これに違反した者は損害賠償責任を負うことになる。更に、金融商品の販売業者等は、自己の販売勧誘方針を策定・公表する義務を課され、これに違反した場合には過料に処せられることになる。この法律では、保険契約等の締結も金融商品の販売とされていることから、損害保険会社のみならず損害保険代理店もこうした義務を負うことになる。

この法律の遵守態勢を確立し、社内および所属代理店に対する趣旨徹底を図ることは、当協会会員各社が個々に負うべき課題である。当協会では、会員各社が、この法律に関するコンプライアンスの取組みに資するために、この法律の解釈上の考え方と対応上の考え方をとりまとめた。

※2021年11月1日より、「金融商品の販売等に関する法律」から「金融サービスの提供に関する法律」へ法律名が変更

＜とりまとめの視点＞

当協会では、損害保険商品を対象として、以下の項目について「金融商品の販売等に関する法律」の条文解釈上の考え方と損害保険会社および損害保険代理店の対応上の考え方をとりまとめた。

1. 本法において課されている説明義務等の履行のための項目の検討

本法において課されている義務を履行するために、損害保険商品の販売時においてどのような点に注意し、どのような措置を講ずる必要があるのかについて検討した。

2. 本法において課されている勧誘方針策定・公表義務の履行のための項目の検討

本法において課されている義務を履行するために、損害保険会社および損害保険代理店がどのような措置を講ずる必要があるのかについて検討した。

＜この資料をご利用いただくにあたっての留意事項＞

1. この資料は、当協会の会員各社が「金融商品の販売等に関する法律」の遵守態勢を個々に整えるための基本的な考え方を提示するものであり、各社に対して強制をするものでなく、業界としての標準型を作ろうとするものでもない。この資料を活用して「金融商品の販売等に関する法律」の遵守態勢を確立し、遵守の取組を展開していくのは、会員各社に課された責務である。この点を十分理解する必要がある。

2. 投信販売等、損害保険商品の販売以外に、この法律の適用対象となる業務を行っている損害保険会社は、その業務についても、この法律への実務対応が必要となる。

3. 本資料は、「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。

4. この資料に記載された、「条文解釈上の考え方」の多くは、当協会としての考え方を前提として記載したものである。したがって、特に明示していない限り所管官庁の有権解釈ではなく、司法上確立された解釈でもない。この点に十分留意する必要がある。

5. この資料に記載されている「損害保険契約者保護機構」に関する内容は、2006年4月1日以降の同機構による保険契約者保護の仕組みに基づいて記載している。

6. この資料において用いられている略語の意味するところは以下のとおりである。

i. 本法：金融商品の販売等に関する法律（平成12年法律第101号、改正平成18年6月14日）。

ii. 政令：金融商品の販売等に関する法律施行令（平成12年政令第484号、改正平成19年8月3日）。

iii. 保険業法または業法：保険業法（平成7年法律第105号、最終改正平成19年6月1日）。

iv. 業法施行規則：保険業法施行規則（平成8年大蔵省令第5号、最終改正平成19年8月8日）。

＜改定について（その1）＞

「保険業法の一部を改正する法律」（平成15年法律第129号：2003年7月25日公布、同年8月24日施行）に伴い、2003年9月4日にこの資料の一部改定を行った。

＜改定について（その2）＞

「保険業法の一部を改正する法律」（平成17年法律第38号：2005年5月2日公布、2006年4月1日施行）を受けた「保険契約者等の保護のための特別の措置等に関する命令の一部を改正する命令」及び「保険業法施行規則等の一部を改正する内閣府令」（2006年3月13日公布）に伴い、2006年3月14日に、この資料の一部改定を行う。

＜改定について（その3）＞

「証券取引法等の一部を改正する法律の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律」（平成18年法律第66号：2006年6月14日公布、2007年9月30日施行）中、第182条（金融商品の販売等に関する法律の一部改正）および第183条（金融商品の販売等に関する法律の一部改正に伴う経過措置）の規定に伴い、2007年9月20日に、この資料の一部改定を行った。

＜改定について（その4）＞

日本損害保険協会の一般社団法人化に伴い、表紙に所要の手当を行った。

＜改定について（その5）＞

「金融サービスの利用者の利便の向上及び保護を図るための金融商品の販売等に関する法律等の一部を改正する法律」（2020年6月5日公布、2021年11月1日施行）により、「金融商品の販売等に関する法律」が「金融サービスの提供に関する法律」へ法律名が変更となることに伴い、2021年11月1日にこの資料の一部改定を行った。

以 上

1. 本法における「金融商品販売業者等」とは
 ・ 損害保険代理店も独立した「金融商品販売業者等」であり、本法上の義務を負う。

関連条文：

第1章 総則

(定義)

第2条

1 略

2 この法律において「保険契約」とは、保険業法（平成7年法律第105号）第2条第1項に規定する保険業を行う者が保険者となる保険契約をいう。

3～5 略

第2章 金融商品の販売等

(定義)

第3条 この章において「金融商品の販売」とは、次に掲げる行為をいう。

一～三 略

四 保険契約又は保険若しくは共済に係る契約で保険契約に類するものとして政令で定めるものの保険契約者又はこれに類する者との締結

五～十一 略

2 この章において「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。

3 この章及び第4章において「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（1）をいう。

※（ ）内の数字は、下記枠内のタイトル数字に対応する。

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>1. 本法における損害保険代理店の位置づけ</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 本法においては、保険契約の締結またはその代理もしくは媒介を業として行う者は「金融商品販売業者等」に該当するとされている。 ○ したがって、損害保険会社のみならず損害保険代理店（デリバティブ取引の取次ぎ者を含む。以下同じ）も本法上の各種義務を負うことになる。 ○ 損害保険代理店は、保険契約の締結の代理・媒介を行う者であるが、所属損害保険会社との間で雇用関係ではなく委託関係にあることから、損害保険会社の「使用人」ではなく、「金融商品の販売等を業として行う者」、すなわち「金融商品販売業者等」であることになる。生命保険会社の営業職員が当該生命保険会社の子会社である損害保険会社と委託契約を締結して代理店として契約募集に従事する場合には、損害保険商品の販売については「業として行う者」、すなわち「金融商品販売業者等」とみなされることになる。 	

2. 本法における「金融商品の販売」とは

- ・ 保険契約の他、損害保険会社を取り扱う天候・台風等デリバティブ取引についても本法で定める「金融商品の販売」に該当する。

関連条文：

(定義)

第3条 この章において「金融商品の販売」とは、次に掲げる行為をいう。

一～三 略

四 保険契約又は保険若しくは共済に係る契約で保険契約に類するものとして政令で定めるものの保険契約者又はこれに類する者との締結

五～八 略

九 金融商品取引法第2条第22項に規定する店頭デリバティブ取引又はその取次ぎ(1)

十・十一 略

※ () 内の数字は、下記枠内のタイトル数字に対応する。

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>1. 本法で対象となる「金融商品の販売」</p> <ul style="list-style-type: none">○ 本法においては、保険契約の他、損害保険会社を取り扱う天候・台風等デリバティブ取引についても、「金融商品の販売」に該当する。○ したがって、損害保険会社または取次ぎ者が行う天候・台風等デリバティブ取引においても、本法で定める重要事項説明義務等を遵守する必要がある。	

3. 重要事項説明義務について

(1) 説明が必要な契約

- i. 新規契約は常に必要
- ii. 更改契約、自動継続特約付帯契約における考え方
- iii. 保険契約の異動における考え方

関連条文：

(定義)

第3条 この章において「金融商品の販売」とは、次に掲げる行為をいう。

一～三 略

四 保険契約又は保険若しくは共済に係る契約で保険契約に類するものとして政令で定めるものの保険契約者又はこれに類する者との締結(1)、(2)、(3)

五～八 略

九 金融商品取引法第2条第22項に規定する店頭デリバティブ取引又はその取次ぎ

十・十一 略

(金融商品販売業者等の説明義務)

第4条 金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行うときは、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（以下この章において「重要事項」という。）について説明をしなければならない。

以下、略

※ () 内の数字は、下記枠内のタイトル数字に対応する。

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>1. 更改契約における説明義務の考え方</p> <p>(1) 原則として、保険契約の更改であっても説明義務がある。(既存商品とは異なる金融商品を「今までと同じですよ」と言って販売することも懸念される。) 実態に合わせてどのように弾力的に解釈できるかは、裁判所の判断による。</p> <p>したがって、初年度契約の締結のみが「金融商品の販売」ということではなく、契約の更改は「金融商品の販売」に含まれる。</p>	<p>1. 更改契約における説明義務の考え方</p> <p>○ 更改契約と新規契約は、契約自体の位置付けは同一であることから、原則として、新規契約と同一レベル、同一内容の説明が必要となる。</p>
<p>2. 自動継続特約付帯契約の説明義務の考え方</p> <p>(1) 同一商品の更改であっても説明が必要である点は自動継続特約条項付帯の場合も同様である。</p> <p>(2) ただし、最終的には裁判所の判断に委ねることにはなるが、自動継続特約付帯の場合は、①重要事項に変更がないこと、②自動継続特約と重要事項に関する説明を初年度販売時に行っていること、の二点が満たされている場合に限り、更改毎に行うべき説明を初年度販売時に行っていると解釈されるので、実務的には、以後の説明は不要と考えられる。</p>	<p>2. 自動継続特約付帯契約の説明義務の考え方</p> <p>○ 自動継続特約付帯契約においては、別段の意思表示がない限り満期時に同一内容で継続する旨が合意されているため、契約の内容に関する重要事項は、初年度販売時に説明された重要事項と同一である。したがって、本法で規定する重要事項(価格変動リスクや信用リスク等)に事情変更がない限り、改めてこれらの重要事項を説明する必要はない。</p>
<p>3. 保険契約の異動における説明義務の考え方</p> <p>(1) 異動により、契約そのものが新しいものに変わるのでなければ、異動時の説明は不要と考えられる。最終的には、変更の度合いや事実関係等に関する裁判所の認定によるが、一般論としては、重要事項に変更があった場合には説明義務があり、重要事項に関係のない場合には説明義務は生じな</p>	<p>3. 保険契約の異動時における説明義務の考え方</p> <p>○ 一般的には異動により価格変動リスクや信用リスク等に変動が生じることは考えられないので、その限りでは異動時には特段の説明は必要ない。</p>

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>いと考えられる。</p> <p>(2) 本法における重要事項とは、「価格変動リスク」や「信用リスク」等であるため、これに変更がある場合には説明義務を負うと考えられる。他方、担保範囲の変更（特約追加等）、保険金額の増額、保険契約の対象の変更（車両入替え等）は、それ自体では本法上の重要事項の変更には該当しないと考えられる。</p>	

3. 重要事項説明義務について

(2) 説明内容

- i. 価格変動リスク
- ii. 信用リスク

関連条文：

(金融商品販売業者等の説明義務)

第4条 金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行うときは、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（以下この章において「重要事項」という。）について説明をしなければならない。

一 当該金融商品の販売について金利、通貨の価格、金融商品市場（金融商品取引法第2条第14項に規定する金融商品市場をいう。以下この条において同じ。）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、次に掲げる事項

イ 元本欠損が生ずるおそれがある旨（2）（3）

ロ 当該指標

ハ ロ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を生じさせる当該金融商品の販売に係る取引の仕組みのうちの重要な部分（1）（4）

二 当該金融商品の販売について金利、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を直接の原因として当初元本を上回る損失が生ずるおそれがあるときは、次に掲げる事項（1）

イ 当初元本を上回る損失が生ずるおそれがある旨

ロ 当該指標

ハ ロの指標に係る変動を直接の原因として当初元本を上回る損失が生ずるおそれを生じさせる当該金融商品の販売に係る取引の仕組みのうちの重要な部分（1）

三 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、次に掲げる事項（6）

イ 元本欠損が生ずるおそれがある旨

ロ 当該者

ハ ロ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を生じさせる当該金融商品の販売に係る取引の仕組みのうちの重要な部分（1）

四 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当初元本を上回る損失が生ずるおそれがあるときは、次に掲げる事項

イ 当初元本を上回る損失が生ずるおそれがある旨

ロ 当該者

ハ ロの者の業務又は財産の状況の変化を直接の原因として当初元本を上回る損失が生ずるおそれを生じさせる当該金融商品の販売に係る取引の仕組みのうちの重要な部分（1）

五 第一号及び第三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は、次に掲げる事項

イ 元本欠損が生ずるおそれがある旨

ロ 当該事由

ハ ロの事由を直接の原因として元本欠損が生ずるおそれを生じさせる当該金融商品の販売に係る取引の仕組みのうちの重要な部分（1）

六 第二号及び第四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当初元本を上回る損失が生ずるおそれがあるときは、次に掲げる事項

イ 当初元本を上回る損失が生ずるおそれがある旨

ロ 当該事由

ハ ロの事由を直接の原因として当初元本を上回る損失が生ずるおそれを生じさせる当該金融商品の販売に係る取引の仕組みのうちの重要な部分（1）

七 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

2～4 略

5 第1項第1号ハ、第2号ハ、第3号ハ、第4号ハ、第5号ハ及び第6号ハに規定する「金融商品の販売に係る取引の仕組み」とは、次に掲げるものをいう。（1）

- 一 前条第1項第1号から第4号まで及び第7号に掲げる行為にあつては、これらの規定に規定する契約の内容(1)、(4)
- 二～四 略
- 五 前条第1項第8号から第10号までに掲げる行為にあつては、これらの規定に規定する取引の仕組み(5)

※ () 内の数字は、下記枠内のタイトル数字に対応する。

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>1. 本法における基本的な考え方</p> <p>○ 本法上の説明義務の対象となる「金融商品の販売に係る取引の仕組みのうち重要な部分」とは、具体的には、金融商品の販売に係る取引の仕組み（保険契約にあつては契約の内容、保険デリバティブ取引においては当該取引の仕組み）のうち、価格変動リスク（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かかる変動のリスク）、信用リスク（金融商品販売業者や有価証券の発行者等の業務または財産の状況の変化のリスク）または政令で定めるリスク（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に関するリスク）を直接の原因として、「元本欠損が生ずるおそれ」または「当初元本を上回る損失が生ずるおそれ」を生じさせるものをいうとされている。</p> <p>2. 非積立型の損害保険商品における説明事項についての考え方</p> <p>○ 本法第3条第1項第1号は、いわゆる「価格変動リスク」についての説明義務を規定したものである。「非積立型」の損害保険商品については、基本的に価格変動リスクは存在しないと解される。したがって、こうした商品については、本法第3条第1項第3号および第4号（注）の信用リスク等の説明を行えばよいと解される。</p> <p>（注） 第3号および第4号：信用リスク 第7号：権利行使期間</p> <p>3. 積立型の損害保険商品における価格変動リスクについての考え方</p> <p>○ 積立保険については「価格変動リスク」が存在しうる。ただ、この種の保険に関しては、社会通念上、販売時に、満期返戻金部分と契約者配当金部分をきちんと分けて（すなわち、確実に戻るのは満期返戻金までと）認識されていると考えられ、こうしたこ</p>	<p>1. 本法における基本的な考え方</p> <p>○ 本法における説明義務の対象となる「金融商品の販売に係る取引の仕組みのうち重要な部分」とは、左記の「条文解釈上の考え方」のとおり、価格変動リスクや信用リスクにかかる「元本欠損が生ずるおそれ」や「当初元本を上回る損失が生ずるおそれ」を生じさせるものであって、保険商品の場合は「契約の内容」、保険デリバティブの場合は「取引の仕組み」のうちのそれぞれ重要な部分であるとされる。</p> <p>○ したがって、顧客に対し「このような仕組みであるから、価格変動リスク等を直接の原因として、元本欠損が生じる等のおそれがある。」ということを説明することが重要であり、この説明と関連性を有する事項（例えば顧客が金融商品を購入するかどうかを判断するにあたっての重要な事項）は、説明義務の対象となり得ることに留意することが必要である。</p> <p>○ 価格変動リスク、信用リスクを直接の原因として「元本欠損が生ずるおそれ」のある損害保険商品における具体的な説明内容については、後記4、5および6を参照のこと。</p> <p>○ なお、損保商品においては、現時点では、「当初元本を上回る損失が生ずるおそれ」のある商品はないと思われるが、今後、こうした商品を販売することになれば、当該リスクについて説明する必要がある。</p> <p>2. 非積立型の損害保険商品における説明事項についての考え方</p> <p>○ 「非積立型」の商品においては価格変動リスクは存在しない。そもそも契約者が保険商品に期待しているのは補償であり、「元本欠損」の対象となりうるものは存在しないことが十分に周知されている。したがって、敢えて「事故が発生しなかった場合でも保険料は返還されない」旨を説明する必要はない。</p> <p>3. 積立型の損害保険商品における価格変動リスクについての考え方</p> <p>○ 保険契約の時点で満期返戻金の額が確定している場合には、契約者には価格変動リスクは存在しないと考える。契約者配当金については、パンフレット等に表示をする場合には、「価格変動リスクによる元本欠損」との誤解を避ける観点から、「必ず支</p>

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>とから、満期返戻金部分について第3号および第4号の信用リスク等の説明を行えばよいと解される。なお、「この配当で大丈夫ですよ」というような配当を保証する説明を行うことは問題となる。ただ、満期返戻金と配当金の違いを曖昧にしたまま、配当を受け取れることを断定的に説明して販売するケースはあるが、そのようなケースでは、全体について価格変動リスクを説明する義務が生じる。最終的には、裁判所の判断に委ねられる。</p>	<p>払われるものでないこと、支払われる金額も予め確定しているものではないこと」を十分に説明する必要がある。</p> <p>○ 今後、変額保険等の価格変動リスクを伴う商品を販売することになれば、価格変動リスクについて十分に説明する必要がある。</p>
<p>4. 保険金額を外貨建てとしている積立型の損害保険商品における価格変動リスクについての考え方</p> <p>○ 本法上の説明義務の対象となる「金融商品の販売に係る取引の仕組みのうち重要な部分」とは、保険契約については、契約の内容とされている。</p>	<p>4. 保険金額を外貨建てとしている損害保険商品において、どのような内容を説明すべきか。</p> <p>○ 保険金額を外貨建てとしている積立型の損害保険商品については、為替相場の変動により満期返戻金等の受取額が、契約者が支払う保険料等の合計額を下回る場合があること等について説明する必要がある。</p> <p>○ 保険金額を外貨建てとしている契約においては、保険金支払時における為替相場により円換算した金額が、保険契約時の為替相場により円換算した金額を下回る場合がある。こうしたリスクについては保険業法および同法施行規則において、個人契約者（事業のために契約する場合を除く。）に対し、書面を交付して説明すべきことが規定されていることにも留意する必要がある。 （参照）保険業法施行規則第53条第1項第2号</p>
<p>5. 保険デリバティブ取引における価格変動リスクについての考え方</p> <p>○ 保険デリバティブ取引における「取引の仕組み」については、「当該取引の仕組み」とされている。</p>	<p>5. 保険デリバティブ取引において、どのような内容を説明すべきか。</p> <p>○ 左記の「当該取引の仕組み」とは、デリバティブ取引については、たとえば取引開始時にプレミアムを支払う必要があること、指標に関する現実数値によっては、支払決済金などの当該取引から取得することとなる金銭の合計が、プレミアム等の当該取引について支払った金銭の合計を下回る場合があることについて説明する必要がある。</p>
<p>6. 損害保険商品における「信用リスク」についての考え方</p> <p>○ 本法第3条第1項第3号および第4号は、いわゆる「信用リスク（破綻リスク）」の説明義務を規定したものである。「非積立型」であると「積立型」とであるとを問わず、損害保険商品については、信用リスク（破綻リスク）等の説明義務が存在する。この場合、例えば「当社の支払いに問題が生じるような事態になった場合には、損害保険契約者保護機構がありますが、その詳細についてはお問い合わせ下さい。」というような説明だけでは義務を履行しているには不足である。「保護機構がありますよ」と説明するだけでは、破綻リスク・信用リスクの存在を説明したことにならず、結果として何も説明していないのと同じであり、保護機構により100%補償されるとの誤解を与える恐れがある。「保険金等が削減されることがあります」との説明は必要である。保護機構があっても支払いを100%保証しない限</p>	<p>6. 信用リスクについて、保護機構に関するものを含め、どのような内容を説明すべきか。</p> <p>○ 以下の内容を踏まえ、少なくとも、保険契約を引き受けている損害保険会社の経営が破綻した場合、または引受保険会社の業務もしくは財産の状況に照らして事業の継続が困難となり、法令に定める手続きに基づき契約条件の変更が行われた場合には、保険金や解約返戻金等が削減される可能性があること、また、破綻した場合には保護機構の補償対象契約か否か、補償対象契約の場合は補償割合（少なくとも、全額が補償されるものではない旨）等を説明することが必要である。「詳細は弊社代理店または弊社社員にお問い合わせ下さい」等の説明文言を記載し、詳細の説明資料を別途作成しておくことも考えられる。（業法施行規則の改正により、2006年4月1日から、保険募集に係る契約が補償対象契約に該当するかどうかの別、高予定利率契約に該当することとなる保険契約等について書面交付その他</p>

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>り、信用リスクは存在することに留意する必要がある。</p>	<p>の適切な方法による説明を行うことを確保するための措置を講じることが保険会社に義務付けされた。このため、当該説明については本規則に則した対応が必要となるので留意のこと)</p> <p>(1) 保険契約を引き受けている損害保険会社の経営が破綻した場合、または引受保険会社の業務もしくは財産の状況に照らして事業の継続が困難となり、法令に定める手続きに基づき契約条件の変更が行われた場合には、保険金の支払いや解約返戻金の支払いが一定期間凍結されたり、金額が削減される等、支障が生じることがあること。</p> <p>(2) 損害保険会社の経営が破綻した場合に備えた保険契約者保護の仕組みとして、「損害保険契約者保護機構」があるが、この保護制度では、自動車損害賠償責任保険契約、地震保険契約、自動車保険契約、業法第3条第5項第1号に掲げる保険に係る保険契約（前3つの保険契約を除き、保険契約者が、個人、小規模法人およびマンション管理組合である保険契約に限る）、業法第3条第5項第2号に掲げる保険契約、業法第3条第5項第3号に掲げる保険に係る保険契約が補償対象契約となること。</p> <p>(3) 補償対象契約であっても全額が補償されるものではないこと。具体的には補償対象契約のうち、損害てん補保険契約（自動車保険契約及びその他の個人、小規模法人、マンション管理組合向け第二分野の保険契約）、短期傷害保険契約、特定海外旅行傷害保険契約については、破綻後3か月経過後の事故に関する保険金は約款で記載された金額の80%が支払われることとなり、20%は保険契約者の負担となること、及び疾病・傷害保険契約については、破綻後の経過期間を問わず約款で記載された金額の90%が支払われることとなり、10%は保険契約者の負担となる（主務大臣が定める率より高い予定利率を適用している保険契約については、90%を下回る率での支払が行われ、その分保険契約者の負担が増加すること。並びに、解約返戻金については、損害てん補保険契約、短期傷害保険契約、特定海外旅行傷害保険契約、非年金型疾病・傷害保険契約の積立部分は、原則として約款の規定に従って算出された金額の80%が支払われ、20%は保険契約者の負担となること、及び疾病・傷害保険契約は、90%が支払われ、10%は保険契約者の負担となる（主務大臣が定める率より高い予定利率を適用している保険契約については、90%を下回る率での支払が行われ、その分保険契約者の負担が増加すること。いずれの場合も、金利情勢等によっては支払が80%、90%に満たない場合もありうること。</p> <p>(4) 上記の(2)に掲げる以外の保険については「補償対象契約」ではないため、当該保険会社の破綻時の欠損状況に応じて、保険金や解約返戻金は削減されることになること。</p> <p>○ 自動車損害賠償責任保険契約および地震保険契</p>

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>7. 保険デリバティブ商品における「信用リスク」についての考え方</p> <p>○ 本法第3条第1項第3号及び第4号は、いわゆる「信用リスク（破綻リスク）」の説明義務を規定したものであり、保険デリバティブ商品についても、損害保険商品と同様に信用リスク（破綻リスク）等の説明義務が課される。</p>	<p>約については、破綻した場合においても事故に関する保険金は100%支払われ、解約返戻金も約款の規定にしたがって削減されずに支払われる。この場合、「信用リスクが存在しない」とも考えられるため、「信用リスク」の説明は不要ではないかと考えられる。</p> <p>○ 各社において説明内容を具体的に検討する際には、以下も参考とする。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 損害保険契約者保護機構による補償においては、保険種類・契約者属性・保険期間等によって、補償対象契約となるか否かおよび補償割合に違いがあるため、本法により求められる信用リスクの説明に際しては、十分な注意が必要となる。説明にあたっては、当該契約の商品特性・約款構成等により、説明を要する内容も異なるものとなる。各社間で商品が多様化している現状においては、契約者の誤解を招かないためにも、説明文言、ツール等は各社判断により最適なものを作成することが必要となる。 <p>7. 保険デリバティブ商品の信用リスクについて、どのような内容を説明すべきか。</p> <p>○ 少なくとも、保険デリバティブ商品の契約を締結している損害保険会社の経営が破綻した場合には、支払決済額などの当該取引から取得することとなる金銭の合計が、プレミアム等の当該取引について支払った金銭の合計を下回る場合があること等を説明することが必要である。なお、損害保険契約に関する「損害保険契約者保護機構」のような契約者保護の仕組みが存在しないことについても説明することが望ましい。</p>

3. 重要事項説明義務について

(3) 説明方法

いつ、どのような方法で説明するか。

関連条文：

(金融商品販売業者等の説明義務)

第4条 金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行うときは、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（以下この章において「重要事項」という。）について説明をしなければならない。(1)

以下、略

※ () 内の数字は、下記枠内のタイトル数字に対応する。

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>1. 説明義務の履行方法について</p> <p>○ 説明には、書面交付が一般的であり、企業防衛としても、「説明した」と事後的に客観的に立証できるような措置を講ずる必要がある。証拠としての認定は、裁判所の判断によることになるが、実務対応に即して検討する必要がある。例えば、リスク説明や商品リスクを整理した簡単な説明別紙等を用意して顧客に手交したり、顧客から確認印を取り付けるといった手法が考えられる。</p>	<p>1. 説明義務の履行方法についてどのような手法が考えられるか。</p> <p>○ 本法における説明義務は、「金融商品の販売が行われるまでの間」に履行する必要があることから、「保険契約の締結までの間」に説明する必要がある。</p> <p>○ 顧客への説明に際しては、一般的には書面の交付などの手法が考えられる。(業法施行規則の改正により、2006年4月1日から、保険募集に係る契約が損害保険契約者保護機構の補償対象契約に該当するかどうかの別等について、書面交付その他の適切な方法により説明を行うことを確保するための措置を講じることが保険会社に義務付けられているので留意のこと)</p> <p>○ 説明の相手方については、本法第2条第4項において、「顧客とは、金融商品の販売の相手方をいう。」と定義されていることから、契約者に対して説明を行うことになる。</p> <p>○ 更改・継続契約の場合の説明・確認手段については、以下の整理を参考にして各社で検討し対応する。</p> <p>(1) 顧客が説明は不要であると言明した場合 更改・継続契約の場合でも保険業法に定める重要事項の説明が必要と判断される場合は、説明することが望ましい。(後記3.(5)参照)</p> <p>(2) 顧客が説明を必要とした場合 顧客への説明に際しては、一般的には書面の交付などを行うことや、顧客への説明文書等を事前に送付することも考えられる。なお、この場合、一方的な交付の方法とならないよう、照会先等を明示することが望ましい。</p> <p>○ 電話による継続募集やインターネット・電話による通信販売等の非対面販売の場合、募集時に書面交付その他の適切な方法により行うこととし、また、顧客への説明が一方的となるおそれがあるため、対応に留意して措置を講じることが望ましい。</p>

3. 重要事項説明義務について
(4) 適合性原則への対応

関連条文：

(金融商品販売業者等の説明義務)

第4条 金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行うときは、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（以下この章において「重要事項」という。）について説明をしなければならない。

- 1 (略)
- 2 前項の説明は、顧客の知識、経験、財産の状況及び当該金融商品の販売に係る契約を締結する目的に照らして、当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度によるものでなければならない。(1)

※ () 内の数字は、下記枠内のタイトル数字に対応する。

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>1. 適合性原則</p> <p>○ 適合性原則は、利用者保護のための販売・勧誘に関するルールの柱となるべき原則であり、金融商品取引法においてもそのように位置づけられている(40条1号)。現実の金融商品の販売等の場面においては適合性原則が遵守され、業者が説明を行う際に、顧客の属性等を勘案したものとなっていることは、顧客保護の観点からきわめて重要である。</p> <p>○ このような観点から、2006年6月の改正で、最高裁判例等の趣旨を踏まえ、本法上の説明義務を拡充するとともに、当該説明は「顧客の知識、経験、財産の状況及び当該金融商品の販売に係る契約を締結する目的に照らして、当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度によるものでなければならない」(3条2項)と規定し、説明義務を尽くしたかどうかを判断するにあたっての解釈基準として、適合性原則の考え方を取り入れることにした。</p> <p>○ したがって、本改正により、金融商品販売業者等は、顧客に対して適合性原則に照らして適切な説明を行っていない場合は、損害賠償責任を負うことになる。</p>	<p>1. 適合性原則</p> <p>○ 前記3.(2)に該当する重要事項の説明は、左記の「条文解釈上の考え方」を踏まえて、顧客の知識、経験、財産の状況及び当該金融商品の販売に係る契約を締結する目的に照らして、「当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度」の説明まで求められていることに留意が必要である。</p> <p>○ たとえば、顧客が当該商品をはじめて購入する場合、高齢者である場合、または元本割れ(解約返戻金等の当該取引から取得することとなる金銭の合計額が、当該取引について支払った金銭の合計額を下回ること)のリスクを負担したくない意向を示している場合(元本割れの可能性がある商品の販売等を行う場合に限る)においては、よりきめ細やかな説明を行うことが必要である。また、保険期間が長期に亘る年金商品・積立型の損害保険商品等を販売する場合には、保険期間の途中で解約をしたときに、元本割れする可能性があることについて十分に説明し、理解してもらうよう努力することが必要である。</p> <p>○ 本規定では、顧客が現実に損害保険会社または損害保険代理店の説明を理解したことまでの確認は求められていないものの、当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度での説明が求められるため、当該顧客において申込みを行おうとしている商品が自己のニーズに合致しているかの確認を行う「意向確認書面」の作成・交付も有効な方策の一つである。なお、当該保険商品では顧客のニーズの全部又は一部を満たさない事項がある場合には、「意向確認書面」の特記事項欄に記載することとされているが、その内容を顧客に対して十分に説明し、理解を得ておくことは、本法との関係からも有用である。</p> <p>(参考) 保険会社向けの総合的な監督指針Ⅱ-3-5-1-2(17)および同Ⅱ-3-5-1-3</p> <p>○ なお、本規定も含め、本法は民事ルールであることから、本法対応については、最終的には、裁判所による個別判断となることにも留意が必要である。</p>

3. 重要事項説明義務について

(5) その他

- i. 二つ以上の金融商品販売業者等が説明義務を負う場合
- ii. 説明が不要な相手方

関連条文：

(金融商品販売業者等の説明義務)

第4条 金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行うときは、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（以下この章において「重要事項」という。）について説明をしなければならない。

一～七 略

2～5 略

6 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1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、いずれか一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。

(1)

7 第1項の規定は、次に掲げる場合には、適用しない。

- 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10条第1項において「特定顧客」という。）である場合（2）
- 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（3）

※（ ）内の数字は、下記枠内のタイトル数字に対応する。

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>1. 一の金融商品の販売について複数の金融商品販売業者等が説明義務を負う場合の取扱い</p> <p>○ 複数の金融商品販売業者等が同一の金融商品の販売を行う場合、いずれか一方が説明義務を履行すれば他方は説明義務を負わない。但書きは、こうした場合の例外を規定するものであり、政令第7条は、「顧客の行う行為を代理する者」をこれに該当する者として規定している。</p> <p>○ 損害保険代理店は保険会社を代理する者であるため、「顧客の行う行為を代理する者」には該当しない。保険仲立人は、「顧客のために保険契約の締結の媒介を行う者」であるため、「顧客の行う行為を代理する者」には該当しないと考えられる。</p> <p>2. 「特定顧客」について</p> <p>○ 金融商品販売業者等が説明義務の履行を要しない「特定顧客」については、政令第8条で金融商品販売業者又は金融商品取引法第2条第31項に規定する特定投資家がこれに該当すると規定している。前者について、金融庁の考え方が以下のとおり示されている。</p> <p>○ 「本法第2条第3項の金融商品販売業者等は、自ら金融商品の販売等を業として行っており、金融商品の販売等に関する専門的知識および経験を当然有しており、また有しているべきと考えられますので、特定顧客としたものです。」</p>	<p>1. 一の金融商品の販売について複数の金融商品販売業者等が説明義務を負う場合の取扱い</p> <p>○ 複数の金融商品販売業者等が同一の金融商品の販売を行う場合は、以下の点に留意する必要がある。</p> <p>(1) 政令第7条では、「顧客の行う行為を代理する者」の場合は、「いずれか一方が説明義務を履行した」場合であっても、他方が説明義務を免れないこととされている。ただし、この「顧客の行う行為を代理する者」の中には「保険仲立人」は含まれない。</p> <p>(2) 共同保険や代理店間分担保契約の場合には「同一の金融商品の販売について複数の金融商品販売業者等が説明義務を負う場合」に該当する。</p> <p>2. 特定顧客について</p> <p>○ 政令の改正により、金融商品取引法第2条第31項に定める「特定投資家」も「特定顧客」に該当することとされたため、保険会社および損害保険代理店は、原則として、これらの者に対して本法第3条第1項に定める説明義務を負わないこととなる。</p> <p>ただし、金融商品取引法第34条の2第5項等の規定により特定投資家とみなされない場合、または同法第34条の3第4項等の規定により特定投資家とみなされる場合があるので、留意する必要がある。</p>

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
	<p>3. 説明不要の意思表示があった場合</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 基本的にはすべての顧客に対して説明を行うことを前提とすることが望ましい。 ○ 顧客から説明不要の意思表示があったとしても、顧客の当該金融商品に関する知識、保険の加入目的、保険契約の締結頻度等を総合的に勘案し、顧客が「価格変動リスク」、「信用リスク」等について十分承知して、そのような意思表示をしたのか考慮したうえで、判断することが望ましい。

4. 断定的判断の提供等の禁止について

関連条文：

(金融商品販売業者等の断定的判断の提供等の禁止)

第5条 金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行うときは、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、当該金融商品の販売に係る事項について、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤認させるおそれのあることを告げる行為（以下この章において「断定的判断の提供等」という。）を行ってはならない。（1）

※（ ）内の数字は、下記枠内のタイトル数字に対応する。

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>1. 断定的判断の提供等の禁止</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 金融商品販売法は、金融商品販売業者等の義務違反について損害賠償責任（業者の無過失責任かつ業者への直接責任追及が可能なものとして（5条）とともに、損害額が推定される（6条））の対象とすることによって、当該義務違反により損害を被った顧客が業者に対して損害賠償請求を行うことを容易にしたものである。 ○ 従来の金融商品販売法では、金融商品販売業者等の義務として、説明責任のみが規定されていた。これに対し、裁判例において金融商品の販売等について業者の損害賠償責任が認められた事例を見ると、断定的判断の提供等を行ったことを理由として、民法上の不法行為責任を認めたものが見られた。 ○ そこで、これらの裁判例の動向等を踏まえ、金融商品販売業者等から断定的判断の提供等があった場合、顧客の当該業者に対する損害賠償請求を容易にするため、説明義務に加えて、断定的判断の提供等の禁止が追加された。 ○ なお、本規定では、金融商品の販売が行われるまでの間に、顧客に対し、「不確実な事項」について「断定的判断」を提供することの禁止のほか、「確実であると誤認させるおそれのあることを告げる行為」についても禁止されている。 	<p>1. 断定的判断の提供等の禁止</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 積立型の損害保険商品においては、「表示された予想配当額は将来の受領額の目安として一定の条件の下で計算例を示すものであり、将来の実際の受取額を保証するものではない」といった趣旨を表記する等、当該商品の販売において「不確実な事項」について断定的判断を提供したり、又は確実であると誤認させるおそれのあることを告げることのないよう注意が必要である。 （参照）保険会社向け総合的な監督指針Ⅱ-3-3-6(6) ○ 保険デリバティブにおいては、「約定した指標に関する現実数値の結果によって支払決済金などの当該取引から取得することとなる金銭の合計が決定されるものであり、将来の受取額を保証するものではない」といった趣旨を表記する等、当該保険デリバティブの販売において「不確実な事項」について断定的判断を提供したり、又は確実であると誤認させるおそれのあることを告げることのないよう注意が必要である。 ○ 上記いずれにおいても断定的判断の提供等に違反したときは、これによって生じた当該顧客の損害を賠償する責任を負うことになり、その場合、元本欠損額が当該顧客に生じた損害の額と推定されるので、留意すべきである。

5. 勧誘方針策定・公表義務について
(1) 基本的スタンス

関連条文：

(勧誘方針の策定等)

第10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（以下この条及び第97条において「勧誘方針」という。）を定めなければならない。（1）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。

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、財産の状況及び当該金融商品の販売に係る契約を締結する目的に照らし配慮すべき事項

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

三 前2号に掲げるもののほか、勧誘の適正の確保に関する事項

以下、略

※（ ）内の数字は、下記枠内のタイトル数字に対応する。

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>1. 勧誘方針の策定</p> <p>○ 金融商品販売業者等は勧誘方針を策定しなければならず、勧誘方針は損害保険代理店ごとに策定する必要がある。ただし、現実には誰が作るかは別問題である。勧誘方針の策定を統一的去るか、個々の競争に委ねるかは各金融業界の対応次第である。例えば、ある損害保険会社が、全損害保険代理店に守っていただく勧誘方針を策定することは、本法の観点からは差し支えない。もっとも、独占禁止法の観点からは、こうした統一基準の策定については慎重に考える必要がある。例えば、保険会社が「弊社と委託契約を締結する損害保険代理店にはこの勧誘方針を使うことをお勧めします」とか、「弊社と委託契約を締結する損害保険代理店はこの勧誘方針を最低基準として策定して下さい」ということは、独占禁止法的側面から問題ないと考えられるが、ある特定の勧誘方針の使用を強制するようなことについては問題が生じる。</p>	<p>1. 勧誘方針策定の基本的スタンス</p> <p>○ 勧誘方針自体は、顧客にわかりやすいものである必要がある。</p> <p>○ 勧誘方針において具体的にどのような内容の説明を行うべきかについては、金融商品の内容や顧客の実態等により、必要に応じて説明できるよう、各社において整備しておく必要がある。</p> <p>○ 立法趣旨を踏まえると、勧誘方針は金融商品販売業者等が創意工夫を凝らし、競争することが望ましいとされる点にも留意する必要がある。</p> <p>○ 本法第9条第2項各号の規定に基づくと、勧誘方針の策定にあたっては以下の点に留意する。</p> <p>(1) 勧誘の対象となる者の知識、経験、財産の状況及び当該金融商品の販売に係る契約を締結する目的に照らし配慮すべき事項</p> <p>i. 一般的な大多数の顧客にとって理解されるような説明を心掛ける。 顧客層をセグメントすることは困難であり、また、セグメント化が可能としても、当該顧客がどの層に属するかを把握するのが困難である。したがって、一般的な大多数の顧客を対象とした説明をイメージすることになる。</p> <p>ii. 一般的な大多数の顧客をイメージして説明するものの、顧客の金融商品に関する知識、経験、財産の状況および当該金融商品を締結する目的を総合的に勘案したうえ、顧客の意向と実情に適合した説明を行うよう心掛ける。</p> <p>(2) 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>i. コンプライアンスを徹底し、適切な勧誘に努める。本法、保険業法、金融商品取引法、消費者契約</p>

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
	<p>法およびその他各種法令等を遵守し、適正な保険販売を心掛ける。</p> <p>ii. 募集形態に応じた説明に留意する。対面販売（訪問販売・店頭販売）と非対面販売（通信販売（電話、DM、インターネット）・ベンディングマシン）ごとの勧誘に際して留意すべき事項を整理し、対応する必要がある。</p> <p>(3) 上記(1)および(2)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>i. 顧客の意向に沿った的確な金融商品の販売に努める。</p> <p>ii. 保険事故が発生した場合の対応について説明を行う。</p> <p>iii. 苦情対応窓口について説明しておくことが望ましい。</p> <p>iv. その他、勧誘の適正の確保に関する事項について検討しておくことが望ましい。</p>

5. 勧誘方針策定・公表義務について
(2) 公表の方法

関連条文：

(勧誘方針の策定等)

- 第10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（以下この条及び第97条において「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。
- 2 略
- 3 金融商品販売業者等は、第1項の規定により勧誘方針を定めたときは、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。(1) これを変更したときも、同様とする。

※ () 内の数字は、下記枠内のタイトル数字に対応する。

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>1. 勧誘方針の公表</p> <p>○ 勧誘方針の公表手法については政令第10条で以下のとおり規定されている。下記の(1)または(2)のいずれかの手法で行えばよいとされる。なお、下記の(3)に該当する場合には、(1)または(2)に加えて(3)に記載する対応も必要となる。</p> <p>(1) 金融商品販売業者等の本店所在地において勧誘方針を掲示するか、または閲覧に供する。</p> <p>(2) 金融商品販売業者等が個人の場合には、その住所において勧誘方針を掲示するか、または閲覧に供する。</p> <p>(3) i. 金融商品販売業者等が本店または住所以外の営業所・事務所で金融商品の販売を行う場合には、その営業所・事務所ごとに勧誘方針を掲示するか、または閲覧に供する。</p> <p>ii. 金融商品販売業者等が、インターネット等の自動送信を通じて金融商品の販売を行う場合には、勧誘方針を自動送信する。</p>	<p>1. 勧誘方針の公表</p> <p>○ 政令では、金融商品販売業者等は本支店等すべての事務所において勧誘方針を公表することを規定しているので、損害保険会社のみならず、損害保険代理店も個々の事務所での公表を義務付けられると解釈される。</p> <p>○ 個人の場合は住所での公表を義務付けているが、個人代理店で住所と代理店の事務所所在地が異なる場合には、事務所所在地で公表するものと考えられる。</p> <p>○ 損害保険会社または損害保険代理店が、勧誘方針を自社のホームページへ掲載することについても想定しているが、その場合でも本店での掲示または閲覧は併せて行わなければならない点に留意する必要がある。</p> <p>○ 勧誘方針の策定にあたっては、その公表方法（店頭等への掲示）も勘案して行う必要がある。</p>

6. 経過措置（整備法第 183 条第 2 項）について

関連条文：証券取引法等の一部を改正する法律の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律（「整備法」）
（金融商品の販売等に関する法律の一部改正に伴う経過措置）

第 183 条

1 略

2 金融商品販売業者等（新金融商品販売法第 2 条第 3 項に規定する金融商品販売業者等をいう。）が、この法律の施行前に新金融商品販売法第 3 条第 1 項に規定する重要事項に相当する事項について同項の規定の例により説明を行った場合には、当該説明を同項の規定により行った説明とみなして、新金融商品販売法の規定を適用する。（1）

※（ ）内の数字は、下記枠内のタイトル数字に対応する。

条文解釈上の考え方	対応上の考え方
<p>1. 「整備法」による経過措置の例外</p> <p>○ 新金融商品販売法の施行前に、同法第 3 条第 1 項に規定する重要事項に相当する事項の全部又は一部について説明を行った場合には、当該説明した部分を同法第 3 条第 1 項により行った説明とみなして、新金融商品販売法の規定が適用される。</p>	<p>1. 新金融商品販売法の施行前の対応について</p> <p>○ 新金融商品販売法の施行前に重要事項について説明を行い、同法施行後に販売等を行うような場合は、新金融商品販売法が適用される。すなわち、契約締結までに新金融商品販売法に定める重要事項説明の要件を充たす必要があるため、実務対応上、注意が必要となる。その場合、新金融商品販売法の施行前に、同法第 3 条第 1 項に規定する重要事項に相当する事項の全部又は一部について説明を行った場合には、当該説明を同法第 3 条第 1 項により行った説明とみなして新金融商品販売法の規定が適用されるので、不足部分があれば契約締結までに追加的に説明することになる。</p>

策定：2000年12月21日

改定：2003年 9月 4日

2006年 3月14日

2007年 9月20日

2012年 4月 1日

2021年 11月1日