

## 募集文書等の表示に関するガイドライン

本ガイドラインは、当協会の会員である少額短期保険業者の保険商品の募集用資料等に関わる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ために策定したものです。

本ガイドラインは拘束力を有するものではありませんが、各業者においては、自己責任に基づく対応を前提に、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、保険商品に対する理解度の向上に努めるようお願いいたします。

一般社団法人日本少額短期保険協会

2023年5月

## 目次

---

1. 本ガイドラインの目的	2
2. 本ガイドラインの対象	2
3. 募集文書等および広告の基本的な考え方	4
4. 募集文書等および広告に関する留意事項	5
5. 比較広告	10
6. 業者における管理態勢	12
7. (参考) 景品表示法の概要	13

2009年11月11日 制定  
2023年 5月30日 改定

## 1. 本ガイドラインの目的

---

本ガイドラインは、会員会社の保険商品の販売に係る募集文書および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考え方に基づき作成した。

- 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た適正かつ適切な分かりやすい表示を確保する。

(参考) 関連法令、監督指針等

一般消費者・契約者等に著しく優良・有利であると誤認を与える表示の禁止、留意事項等を規定

- 保険業法第300条第1項第6号 …誤解させるおそれのある表示等の禁止 (参照「6. 比較広告」10頁)
- 景品表示法第5条 …不当な表示の禁止 (参照「7. (参考) 景品表示法の概要」13頁)
- 少額短期保険業者向け監督指針Ⅱ-3-10 適切な表示の確保 (保険会社向けの総合的な監督指針Ⅱ-4-10 準用)

## 2. 本ガイドラインの対象

---

### (1) 対象

- 広告を含む募集文書等を対象とする (代理店・募集人が作成したものを含む)。
- 保険商品名や少額短期保険業者名のみを訴求する広告などは対象としない。

#### 【本ガイドラインによる「募集文書等」「広告」の定義】

- 「募集文書等」とは、保険の募集または加入推奨のために使用する書面等 (電磁的記録を含む。) をいい、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む。) を対象とする。  
なお、「保険証券」「満期案内」「自動更新案内」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、顧客に誤解が生じないよう分かりやすい表示に努めることとする。
- 「広告」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保険の加入推奨等を行うための広告をいい、新聞・雑誌・チラシ等の紙面の他、テレビ・ラジオ・インターネット等の電子媒体を使った広告を対象とする。

## (2) 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・契約内容確認書
- 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、募集文書には該当しない）
- ⑥見積書、企画書、提案書等
- ⑦ダイレクトメールによる商品案内資料
- ⑧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
- ⑨広告
  - ・「活字広告」 …新聞・雑誌等の刊行物による広告、チラシ等の印刷物による広告、ポスター・看板・懸垂幕等の掲出物による広告
  - ・「映像・音声広告」 …テレビ・ラジオ等のコマーシャル等による映像・音声広告
  - ・「インターネット広告等」 …インターネット等の媒体を使用した広告

### 3. 募集文書等および広告の基本的な考え方

---

募集文書等および広告については、表示媒体や商品の特性に応じた適正な表示を確保するための措置を講じる。

以下の考え方に則り、一般消費者が誤解・誤認を招かないように分かりやすいものを作成・提供する。

#### 【ポイント】

- ①記載量 ⇒ 一般消費者が読める程度の分量とする。
- ②内容 ⇒ 一般消費者が独力でも理解できるよう、簡潔で誤解が生じ得ない内容・文章にする。
- ③構成 ⇒ 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。
- ④用語・表現 ⇒ 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。

- 一般消費者に理解できるよう、保険商品の仕組み、保障（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。  
なお、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、併せて当該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。
- 原則、「商品の正式名称（普通保険約款名）」「引受少額短期保険業者名」「当該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。
- 少額短期保険業者の保険商品について、生命保険会社、損害保険会社の取扱う保険商品や、銀行等その他の金融機関の取扱う商品であるかのような誤解を招かないよう、少額短期保険業者の取扱う保険商品であることを適切に表示する。
- 特に高齢者に対する保険募集は、適切かつ十分な説明を行うことが重要であることから、高齢者や商品の特性等を勘案したうえで、より丁寧な説明や分かりやすい資料の作成が必要となる。（少額短期保険業者向け監督指針Ⅱ-3-5-1-1(3)）

## 4. 募集文書等および広告に関する留意事項

### (1) 留意すべき事項

#### ア. 保険商品の「特色」や「条件」等を表示する場合の留意点

- 募集文書等および広告に保険商品の特色や条件等（※1）を表示する場合には、一般消費者が保障（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・条件等（※2）を明瞭に表示する。

#### 【ポイント】

- ①分かりやすく明瞭に表示する。
- ②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。
- ③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。

- 表示スペースが限られているチラシ等の広告や、表示時間が限られている映像・音声広告については、適切な表示をしないと著しく優良・有利であるとの誤認を招くおそれがあることから、スペースや時間に応じて優良・有利性を示す情報の表示を抑制したり、「パンフレット等の募集文書にて詳細を確認すること」や「問合せ先」を表示したりする等、注意喚起を促すようにする。

#### ※1 保険商品の特色や条件等、留意すべき事項の事例等

- ①1年毎（または2年）に契約が満了する保険であること。
- ②保険料が掛け捨てであること。
- ③自動更新であること。
- ④更新により保険料や保険（給付）金額が変化する場合があること。
- ⑤加入上限年齢および更新上限年齢があること。
- ⑥加入年齢および更新年齢により保険料や保険（給付）金額が異なること。
  - ・該当する商品については、全年齢の保険料・保険（給付）金額表を表示することが望ましい。
  - ・表示スペースが限られ全年齢を表示することが困難な場合には、例えば、5歳または10歳刻みの年齢ごとの情報を表示し、併せて「パンフレット等の募集文書にて詳細を確認すること」を表示する。
- ⑦保険金額の上限規制があること。また、保険金額上限を超える等の場合には、保険の引受けを謝絶することがあること。

※2 制限的な情報・条件等とは、不担保期間や保険（給付）金額の減額等の条件等をいう。（7頁「②保障（補償）内容に関する留意点」参照）

## イ.「保障(補償)内容」、「保険料」等を表示する場合の留意点

- ・募集文書等および広告に序列等を意味する用語や、保障(補償)内容(免責事由・条件を含む)、保険料、加入条件等を表示する場合には、募集文書等(約款、パンフレット等)と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。

### ①「用語」の使用に関する留意点

①-⑦「最上級その他の序列」「唯一性」「相対的な優位性があること」を意味する用語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。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。

#### ◆留意すべき事項の事例等

- ・最上級その他の序列を直接に意味する用語の例 → 「最高」「最低」「日本一」「ナンバーワン」
- ・唯一性を直接に意味する用語の例 → 「当社だけ」「業界初」「他社にない」
- ・相対的な優位性があることを意味する用語の例 → 「ワイド」「最低水準」「割安」

(注) 上記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。  
上記例示以外の用語についても、「最上級その他の序列」「唯一性」「相対的な優位性があること」を意味すると捉えられる可能性がある用語を使用する際には、幅広に検討し、必要に応じて上記と同様の対応を行う。

(例えば「最良」「最大」「最小」「第一位」「手頃な保険料」「無理なく備える」「家計にやさしい」等)

①-⑧ 客観的な事実について表示する場合にも、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。

#### ◆留意すべき事項の事例等

- ・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。
- ・医療保険等において、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すること。

## ②「保障（補償）内容」に関する留意点

保険契約および保障（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。

### ◆留意すべき事項の事例等

- 同一の保障（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、それらの条件や内容を分かりやすく明瞭に表示すること。
- 保険金（給付金）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。
- 保険金（給付金）の支払（給付）事由について、支払われるための要件を分かりやすく明瞭に表示すること。支払（給付）事由に条件がある場合にはその条件を表示すること。
- 保険金（給付金）支払（給付）事由の全部または一部について、契約後一定の不担保期間がある場合や始期前不担保を適用する場合は、その旨を明瞭に表示すること。

【例】 「契約後●日間は不担保期間である」

- 保険金（給付金）額等が被保険者の年齢、入院日数、対象疾病等の条件により、減額または消滅する場合は、その旨を明瞭に表示すること。
- 更新により更新後の年齢等の条件により保険金（給付金）額が減額する等の保障（補償）内容が変更となる可能性がある場合は、明瞭に表示すること。

【例】 「更新後の保険金額（給付金額）は、更新前より減額することがある」（保険（給付）金額表を表示）

- 先進医療の治療費等を保障する商品で、保険金支払い対象となる医療行為、医療機関等に制限がある場合は、明瞭に表示すること。
- 給付金支払事由に被保険者がその状態に該当している期間等の条件がある場合は、その条件について表示すること。

【例】 「その状態が●●日以上継続している場合」

### ◆分かりやすい表示方法の工夫例

- 保険金（給付金）支払い要件等が多岐にわたる商品については、すべての条件を網羅的に表示することでかえって分かりにくい表示とならないよう、誤認を招かない範囲で主な条件等を例示し、その他の条件等については、ご契約のしおり、約款、パンフレット等を確認していただく旨を表示する。
- インターネット広告の場合、その他の条件等を別ページのリンク先に表示する場合には、そのリンク表示（ボタン等）のレイアウトや大きさ、色など、リンク先を分かりやすく案内する。



### ③「保険料」に関する留意点

③-⑦ 一般消費者に著しく有利との誤認を与えないよう、保険料の適用条件等について、表示媒体や商品の特性に応じて分かりやすく表示する。

#### ◆留意すべき事項の事例等

- 家財保険等、財物の損害に備えるための保険において保険料を例示する場合には、例えば、建物の構造、所在地、保険金額、割引の有無（割引の適用条件と割引率）等を併せて表示する。
- 生命保険、医療保険等において、個別のモデルケースなどに基づく保険料を表示する場合、契約年齢・性別、職種、保険期間、保険料払込期間、保険料払込方法、主な給付事由、主な給付事由による保険金額・給付金額等について表示する。

③-⑧ 性別や年齢、健康状態等の特定加入条件の下で適用される保険料を用いて表示する場合には、あたかも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く表示とならないよう、年齢等の加入条件について明瞭に表示する。

#### ◆留意すべき事項の事例等

- 保険料が著しく安いとの誤認を招かないよう、その保険商品の中心となる契約者像を前提とした年齢等の条件にて保険料を表示すること。  
例えば、高齢者層を主たる契約者層とする場合に、若年層の保険料を用いて保険料が著しく安いとの誤解を招かないよう高齢層の保険料を分かりやすく表示する。また、更新前の保険料よりも高くなる商品については、更新後の保険料を高齢者にも分かりやすいよう工夫して表示する。
- 医療保険等において、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留意する。
- 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を一般消費者に理解できるよう分かりやすく表示する。

### ④「加入条件」に関する留意点

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。

#### ◆留意すべき事項の事例等

- 既往症の方が加入できない場合や、加入時の年齢に制限がある場合には、誰もが無条件に加入できるものと誤認を与えないよう留意する。

【例】「加入年齢は、●歳まで可能である」

## (2) 表示方法等に関する留意すべき事項

募集文書等および広告に使用する用語・表現については、以下の点に留意する。

- ・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。
- ・具体的な保険商品の内容を説明する場合には、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、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。
- ・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。

※留意することが望ましい事項

### ①用語・表現について

- ・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回しの使用を避けるよう努めることとし、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。
- ・表示スペース等の関係から分かりやすい表現等への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、記載例の中で説明したりする等、表示にあたり工夫することが望ましい。
- ・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。
- ・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。

### ②表示サイズ

- ・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。
- ・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分かりやすい表示の工夫

- ・募集文書等の種類によって、「特約の一覧」「保険金一覧」「用語説明」「Q&A」の挿入を行う。
- ・募集文書等の最初に、「商品構成一覧」等の商品概要を表示する等により、一般消費者または契約者にとって理解しやすい書面とするよう工夫する。
- ・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、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、併せて当該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. 比較広告

---

他の保険商品の内容と比較した比較広告等については、有利な部分のみを説明するなど誤解させる恐れのあるものを表示する行為が禁止されていること（法第300条第1項第6号）を踏まえ、募集文書等の表示において次の点に留意する。（少額短期保険業者向けの監督指針Ⅱ-3-3-2）

### （1）比較表示を行う際の留意点

次のような比較表示を行わないこと。

ア. 客観的事実に基づかない事項又は数値を表示すること。

イ. 保険契約の契約内容について正確な判断を行うに必要な事項の一部のみを表示すること。

（注）それぞれの契約概要を並べて比較したり、契約概要の比較表を作成するなどの比較表示を行い、次の要件がすべて充足されている場合については、保険契約の内容について正確な判断を行う必要な事項を示したものとする。

⑦比較広告の対象としたすべての商品について、顧客から契約概要の入手希望があった際に速やかに提供等できるような措置が講じられていること。

⑧比較表はあくまで参考情報であり、比較表に記載された商品については必ず契約概要等において確認する必要があることの注意喚起を記載する。

ウ. 保険契約の契約内容について、長所のみをことさらに強調したり、長所を示す際にそれと不離一体の関係にあるものを併せて示さないことにより、あたかも全体が優良であるかのように表示すること。

エ. 社会通念上又は取引通念上同等の保険種類として認識されない保険契約間の比較について、あたかも同等の保険種類との比較であるかのように表示すること。

オ. 現に提供されていない保険契約の契約内容と比較して表示すること。

カ. 他社の保険契約の内容について、具体的な情報を提供する目的ではなく、当該保険契約を陥れる目的で、その短所を不当に強調して表示すること等により、当該保険契約を誹謗・中傷すること。

### （2）比較表示を行う場合の記載事項

比較表示を行う場合には、①書面等を用いて次の事項を含む表示を行い、かつ、②他社商品の特性等について不正確なものとならないための措置を講じること（①については、上記（1）イ（注）の要件を充足した場合には、当該要件①を満たしたものとする）。

ア. 保険期間

イ. 保障内容（保険金を支払う場合、主な免責事由等）

- ウ. 引受条件（保険金額等）
- エ. 各種特約の有無およびその内容
- オ. 保険料率・保険料（なるべく同一の条件での事例設定を行い、算出条件を併記する。） ⇒以下（3）参照
- カ. 保険料払込方法
- キ. 払込保険料と満期返戻金との関係
- ク. その他保険契約者等の保護の観点から重要と認められるもの

### （3）保険料に関する比較表示を行う場合

比較表の構成や記載方法等について、顧客の誤解を招かないよう工夫する。

- 保険料に関して顧客が過度に注目するよう誘導したり、保障（補償）内容等の他の重要な要素を看過させるような表示を行うことがないよう配慮する。
- 顧客が保険料のみに注目することを防ぐため、保険料だけではなく保障（補償）内容等の他の要素も考慮に入れたうえで比較・検討することが必要である旨の注意喚起を促す文言を記載する。

#### ◆留意すべき事項の事例等

- 契約条件や保障（補償）内容の概要等、保険料に影響を与えるような前提条件を併せて記載するなど適切な表示を行う。
- 年齢や性別等の条件に応じ、適用される保険料の相違が顕著である場合には、保険料表を表示するとともに、条件により保険料が異なる場合があることの注意喚起を促す文言併せて記載する。

### （4）比較表示を行う場合に明示することが望ましい事項

- 比較表示を行う者（主体）…保険会社、保険募集人
- 比較対象となった保険商品を提供する保険会社や保険募集人との間に、比較情報の中立性・公正性を損ない得るような特別の利害関係（強い資本関係等）の有無
- 提供する比較情報の根拠 等

## 6. 業者における管理態勢

---

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た管理態勢の整備や対応が必要である。

また、態勢整備に当たっては、商品特性や販売形態等に応じた適正な表示を確保するための体制とともに、万一誤表記、表記漏れ等が発生した場合の契約者保護を図る体制も整備することが必要である。

### (1) 審査体制の整備

①コンプライアンス担当部門等（審査担当部門）によるリーガルチェック等を含めた審査体制とする。

②募集用の資料等を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る体制とする。

- 集中管理の方法として、「募集用の資料等は、全件、審査担当部門等の審査を経たうえで、一元的な番号を付与するとともに、番号未付与資料の使用を禁止する」ことなども考えられる。
- 代理店・募集人が作成する募集文書等（代理店のホームページ等を含む）についても、申請・承認を必要とし審査を漏れなく行い、代理店の自主点検チェックリストに募集文書等の取扱いの確認項目を追加するなど適切に管理すること。

③約款、重要事項説明書（「契約概要」、「注意喚起情報」）、パンフレット・リーフレット、契約のしおり等について、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される体制とする。

### (2) 社内規程の策定

社内規程の策定にあたっては、募集文書等および広告の適切な表示を確保するため、コンプライアンス担当部門等によるリーガルチェックを受ける等の必要なプロセスを経て、適切に策定する。

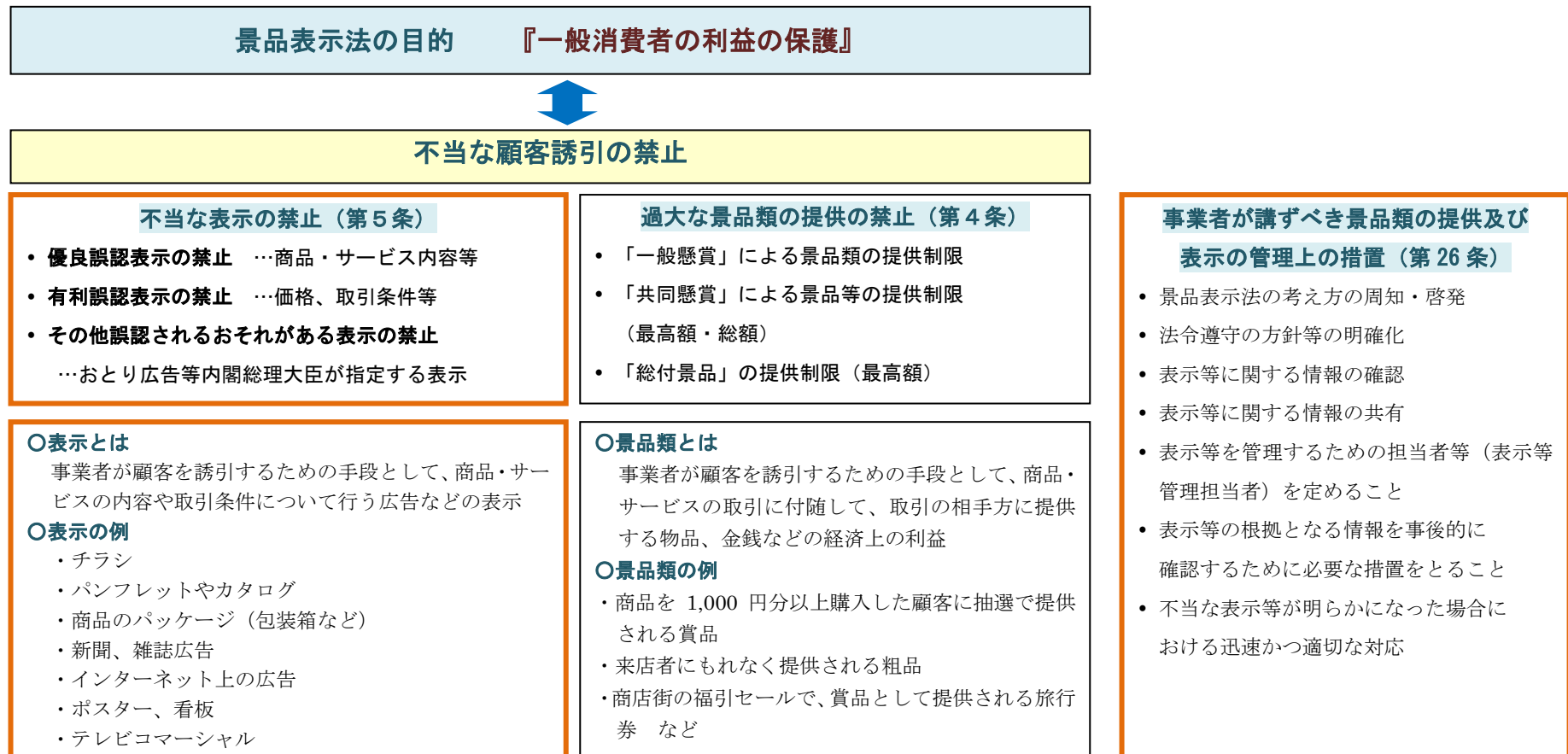
### (3) 誤表記、表記漏れが発生した場合の体制

契約者が保険商品に加入するにあたり、合理的な判断をなすために必要な内容について、誤表記、表記漏れ等のために誤解を生じさせてしまったような場合、契約者に対して適切な対応がなされるような体制とする。

なお、契約内容の主たる部分に関して重大な誤表記があり、それによって契約者に不利益や誤認等が生じた場合には、契約者の意思を確認のうえ、契約取消、保険料返還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。また契約者に対し著しい不利益が生じた場合には、経営層への報告を行うこと。

## 7. (参考) 景品表示法の概要

景品表示法（正式名称：不当景品類及び不当表示防止法）とは、商品・サービスの品質、内容、価格等を偽って表示を行うことを厳しく規制するとともに、過大な景品類の提供を防ぐために景品類の最高額等を制限することなどにより、不当表示や不当景品から一般消費者の利益を保護するための法律です。本ガイドラインでは募集文書や広告に関する不当表示防止について関係します。



※橙枠線箇所が広告塔の表示に関する箇所です。