

保険販売規制と高齢者保護

——適合性原則をめぐる——

江 澤 雅 彦

I. はじめに

日本の高齢者人口は、団塊の世代（1947年～1949年生まれ）が65歳に達する2013年には3,000万人に、また2018年には3,500万人に達すると見込まれている。そして2025年には総人口の30%を超える超高齢社会が到来するとの推計もなされている。

一方、貯蓄額を2,500万円以上所有する世帯は、60歳以上の世帯が約3分の1を占めている。今後の高齢者世帯の割合の増加にともない、金融機関にとって高齢者世帯は、保険・年金を含めた広義の金融商品の販売対象としての存在はますます大きな地位を占めることになる⁽¹⁾。

本稿では、厚い層を成し、かつ若年層に比べ高額の「余資」を有しているとされる高齢者が保険・年金契約を締結する際に、相手方である保険会社あるいは販売機関に課すべき規制問題を検討する。

まず、わが国で特にその問題が大きいとされた、「個人年金保険の銀行窓販」についてその実態を調査した国民生活センターの公表資料を概観しながら、改

(1) 厚生労働省『平成20年版高齢社会白書』、総務省『平成20年家計調査』、岡野 [2011] p.20参照。

善すべき問題点を明らかにする。銀行窓販は、2001年4月に解禁され、徐々に対象商品が拡大され、2007年12月に全面解禁にいたっている。

次に、こうした問題を解決するための有効な規制として、米国証券業界において従来採用されてきた「適合性の原則」を取り上げ、この原則の米国保険業界への浸透の経過を確認する。そしてわが国での適合性の原則の法令の中での位置付け、監督官庁である金融庁がこの原則について有している監督行政執行上の考え方を考察する。

また最後に、筆者が以前紹介したドイツの保険学説の1つである「保険即情報商品説」と適合性の原則との関連性にも言及したい。

II. 2009年国民生活センターによる公表資料

全国銀行協会が2009年に実施した「個人年金保険の募集における説明態勢の強化に関する申し合わせのフォローアップ・アンケート結果」(2010年1月26日公表)によれば、会員銀行188行のうち、保険商品を取り扱っているのは129行(68.6%) (さらにそのうち個人年金保険商品の取り扱いをしているのは124行)に及んでいる。

一方、銀行における保険窓販をめぐるトラブルも、その販売拡大に伴い急増している。国民生活センターは、2005年7月に「高齢者に多い個人年金保険の銀行窓口販売に関するトラブル」を公表し、社団法人生命保険協会と全国銀行協会に改善を要望した。ところが、その後もトラブルが後を絶たず、さらに増加する傾向にあることから、2009年7月に、「個人年金保険の銀行窓口販売に関するトラブル—高齢者を中心に相談が倍増」(2009年7月22日付報道発表資料)を公表した。

以下、この資料を参照しながら、高齢者を対象とする個人年金保険の銀行窓口販売の現状と問題点を概観する。

(1) 個人年金保険の銀行窓口販売の現状

1) 相談件数

「個人年金保険の銀行窓口販売」に関する相談は2002年以降1,398件寄せられている⁽²⁾。

2) 契約者の属性

まず、相談を求める者の大半を高齢者が占めていることがわかる。すなわち、70歳代が4割近くを占め、80歳以上も1割程度である。また性別では女性が7割と多い。とくに60歳代または70歳代の女性で約半数(47.5%)を占めている(表1参照)。さらに70歳以上の職業等をみると、無職が70.1%、家事従事者が24.4%であり、年金等で生計を立てている高齢者が相談に来ていることが分かる。

相談には、家族等が来る場合もあるが、全体の約75%が契約者本人からの相談とのことである。

表1 契約者の性別・年齢別相談件数

(カッコ内は1,398件=100としたときの構成百分率)

		契約者の性別	
		男性	女性
相談件数(件)	1,398	389 (27.8)	994 (71.1)
50歳未満	110 (7.9)	30 (2.1)	79 (5.7)
50歳代	173 (12.4)	25 (1.8)	148 (10.6)
60歳代	404 (28.9)	103 (7.4)	299 (21.4)
70歳代	528 (37.8)	161 (11.5)	365 (26.1)
80歳以上	131 (9.4)	53 (3.8)	78 (5.6)
平均年齢	66.8歳	68.6歳	66.2歳

(出典) 2009年7月22日付報道発表資料, p.2。

(2) 内訳は、2002年度(10月～3月)24件、2003年度98件、2004年度162件、2005年度223件、2006年度173件、2007年度205件、2008年度477件、2009年度(4月～6月)36件。

3) 支払金額と支払方法

平均支払金額は約933万円であり、支払金額1,000万円以上の相談が378件と最も件数が多く、次いで500万円台の217件、300万円台の130件となっている。

4) 販売方法

販売方法をみると、消費者自身が銀行の店舗窓口で契約する「店舗購入」は854件(61.1%)、販売員が消費者宅を訪れ契約する「訪問販売」は474件(33.9%)であった。「銀行窓販」という言葉からのイメージとは異なり、職員による戸別訪問販売が3割強を占めている。

5) 相談内容

また、各相談で契約日が把握できている1,161件の内訳は、多い順に、「説明不足」が最も多く、全体の6割以上を占め、次に「強引な勧誘」、「虚偽説明」、「元本が保証される」という「元本保証話法」、認知症などの理由によって十分な判断ができない者が契約＝「判断不十分者契約」と続いている。

①「説明不足」	737件、全体の63.5%
②「強引な勧誘」	126件、全体の10.9%
③「虚偽説明」	116件、全体の10.0%
④「元本保証話法」	87件、全体の9.6%
⑤「判断不十分者契約」	70件、全体の6.0%

以下、上記のうち、①～④に該当する相談内容の事例を、同資料から紹介する。

①「説明不足」の事例（相談受付2008年5月、契約者 67歳女性、茨城県）

複数の通帳に分かれていた預金600万円を1つにまとめようと銀行に行った際、販売員に「あなたにピッタリの新商品」で「子どもに確実に残せるうえに、年3%の利子が付く」と勧められた商品を契約した。しかし後日、元本保証ではないことや、運用のための手数料が差し引かれることを知った。このようなことは説明されていなかったので銀行に苦情を申し出たところ、販売員の説明

不足は認めるが、契約をなかったことにはできないと言われた。

②「強引な勧誘」の事例（相談受付2008年5月，契約者 60歳女性，愛媛県）

満期になった定期預金の手続きのため銀行に行ったところ、保険を勧誘された。断ったところ、「2日後に来て」と言われ、定期預金の手続きをしてくれなかった。その2日後、銀行に出向き、窓口で「定期預金にして」と再度申し出たが別室に通され、2時間余り保険の勧誘をされた。根負けして個人年金保険で据置期間（運用期間）30年の契約をしてしまったが、帰宅して夫に「30年先まで自由にならないお金では、老後の役に立たない」と言われ、契約をやめたい。

③「虚偽説明」の事例（相談受付2008年9月，契約者 67歳女性，滋賀県）

定期預金をしようと銀行に電話をしたら、販売員が自宅に来て「定期預金よりも良い商品がある」と保険を勧められた。「非常に良い」と言われ契約したが、個人年金の最終受け取りが107歳になるので、将来のお金より今のお金の方が大切と思い、すぐに解約を申し出た。しかし、銀行からは「すでに支払った手数料の一部は返せない」と言われた。実は、本契約はクーリング・オフが可能であり、手数料も含めて全額返金されるものであった。

④「元本保証話法」の事例（相談受付2008年12月，契約者 70歳代女性，鹿児島県）

夫が亡くなり銀行で諸手続きをしていると、窓口の販売員に相談コーナーに案内され、「今が最低、これからは上がる」と変額個人年金保険（500万円）を勧められた。自分自身まったく理解できないまま書類を次々と読まれ、投資経験はなかったが、言われるままに「あり」との記入もした。そのとき元本が戻ってくることを何度も念を押ししたが、3ヵ月後、電話で「いま返金すると金額は400万円」と言われた。

以上、『資料』にある事例はいずれも女性での事例で、前述のとおり高齢者層が相談を求めている。

(2) 個人年金保険の銀行窓販に関する問題点

上述の公表資料にもとづけば、個人年金保険の銀行窓販に関し、以下のような問題点を指摘することができる。

1) 銀行側が、そもそも保険契約であることを認識させない。

解禁後10年経過した保険の銀行窓販であるが、銀行で保険が販売されていることを承知していない消費者は依然として多い。そのため「預金と思って契約した」、「保険会社から保険証券が届いてはじめて、保険だと分かった」など、契約時点では保険を契約したことを認識していないケースが多くみられるという。銀行が、保険会社の販売チャネルの1つである代理店となって保険を販売しているにもかかわらず、保険契約であることや、契約先の保険会社名さえ消費者に示さない事例もある。

2) 中途解約の場合などに、受取額が支払額を下回るリスクがあることを認識させていない。

変額年金保険や外貨建て年金保険等、投資性があり、株式相場や為替相場によって年金額が変動する、契約者のリスク負担の大きいタイプの個人年金は、中途解約をした場合や、年金あるいは一括払いで受け取った場合などに、運用実績によっては受取額が支払額を下回ることがある。こうした点の明確な説明は、販売する側にとって最も重要な責務とされるが、実際には、「損しないと説明され、2年間だけとの約束で契約したが、中途解約しようとしたところ全額は返らないと言われた」など、リスクが十分に説明されていないケースが多い。

3) 元本保証ではないにもかかわらず「元本保証」と誤解させている。

個人年金保険の中には、年金原資や年金受取総額が支払額と同額以上になるように「最低保証」されている商品が多くみられる。ただしこの場合の「最低保証」は、支払った保険料の額が減らないことを約束する「元本保証」ではなく、一定の期間にわたって年金として取った場合の受取総額が、元本の額より

減らないといった意味で使われている。すなわち、途中で年金による受取を取り止め一括受け取りに変更すると、一定額の控除がなされる場合がある。その際、消費者が「元本保証と聞いたから契約したのであって、元本保証ではないと聞いていたら契約しなかった」と申し出ても、銀行が「年金で受け取れば、元本割れしない」などといった対応がなされるのである。

「元本保証」という一見明確な用語に対する理解が、販売者側と消費者側で乖離し、その乖離が多くの特約の大きな原因となっている。ただし、この乖離を埋める努力は、基本的に情報優位者である販売者側が負うべきものである。

4) 消費者が希望する商品性と一致していない。

「定期預金の手続きをしに銀行を訪れた」、「国債を購入するつもりだった」など、前述の元本保証型の金融商品を希望している消費者に、そのニーズを考慮せずに、変額年金や外貨建て年金など投資性の強い個人年金保険を契約させるケースや、緊急必要時に備えて自由に利用できる生活資金が必要な消費者、特に高齢者に、運用期間（据置期間）と年金支払期間を合わせると10年～30年になり、中途解約をすると高額の特約控除がなされる個人年金保険を契約させるケースがある。すなわち、「消費者のニーズに合致した保険商品の推奨・販売」という保険営業の原則が、販売手数料獲得という目的のために軽視されている。

5) 署名捺印が形式的に行われている。

個人年金保険の契約手続きにおいて、消費者は契約申込書のほかにも、個人情報情報の利用に関する同意書や意向確認書⁽³⁾などの複数の書面に、投資経験、財産の状況、契約目的などの記入や署名捺印を求められる。

このとき、「よく分からないまま記入した」、「販売員に指示されるまま署名

(3) 2007年10月より、保険会社は保険の契約にあたって、消費者のニーズと保険契約の内容が一致しているかを意向確認書によって確認する手続きが義務付けられている。

捺印した」など、消費者に書面的内容を理解させずに、形式的に記入・署名捺印を求めているケースが目立つ。なかには、「年収は200万円未満と伝えたが、書面の年収欄には200～500万円と記入するよう言われた」、「投資経験はなかったが、販売員に言われて『あり』にした」など、販売員が消費者に虚偽の記載をさせている事例も見られる。

その結果、各種書面に消費者の署名捺印はあるものの、消費者の希望と契約内容が一致していない、消費者はリスクについて理解していないなど、トラブルの大きな原因になっている。販売者側にとって銘記すべきことは、消費者に各種書面への署名捺印を求める目的は、トラブルが発生した場合に備えるためではなく、消費者に書面的内容を説明し、消費者が理解したことを確認することによりトラブルを未然に防止するためであるということである。

6) クーリング・オフに関する説明不足、あるいはクーリング・オフ妨害がみられる。

保険業法施行令の一部改正により、2007年6月より銀行窓口販売で契約した個人年金保険もクーリング・オフが可能になった⁽⁴⁾。

個人年金保険の銀行窓口販売では不意打ち的な勧誘が見られるなかで、「クーリング・オフの説明をされていない」という事例が目立つ。「8日後に保険会社から保険証券が届き、はじめて保険の契約であることに気付いた」といったケースもあり、この場合、クーリング・オフ期間はすでに経過してしまっている。またクーリング・オフが可能な場合には、手数料を含めて支払った全額が返金されるが、銀行が「手数料の一部は返せない」など誤った説明をしてクーリング・オフを妨害しているケースもあるという。

(4) 銀行窓口販売されている個人年金保険では、保険業法上のクーリング・オフの適用がない場合でも、保険会社が自主的にクーリング・オフを設けていることがほとんどである。なお、クーリング・オフ期間は、契約申込日（またはクーリング・オフの内容が記載された書面の交付日）を1日目として8日間であることが一般的である。この期間内にクーリング・オフすれば、支払った全額が返金される。

以上のような問題点が明らかになる中で、国民生活センターは、前述2協会—社団法人生命保険協会と全国銀行協会—に再度の要望を行った。すなわち、①保険の勧誘であることをまず消費者に認識させ、無理な勧誘を行わないこと、②消費者が誤解しない説明や、正確な判断ができる説明をすること、③内容を理解していない消費者に書面への署名捺印を求めないこと、の3点である。

また半面、消費者にも、①販売員の口頭説明だけで判断せず、必ず契約締結前交付書面（契約情報・注意喚起情報）を自分で確認すること、②契約申込書、個人情報に関する同意書、意向確認書などの書面には、販売員に何度でも説明を求め、その内容を理解・納得したうえで署名捺印すること、といったアドバイスがなされた。

Ⅲ. 高齢者への保険販売における適合性原則の重要性

保険販売、とりわけ銀行窓販における個人年金保険販売に関し指摘されたトラブルを概観すると、①「被害」に遭っているのは、高齢者が多いこと、②販売者側に説明不足、虚偽説明がみられること、③販売者側に顧客のニーズを軽視、あるいは無視した姿勢が見受けられること、といった特徴が指摘できる。

こうした特徴を有するトラブルを防止するために、実務上第1に遵守すべき原則として、筆者は「適合性の原則」を挙げたい。この「適合性の原則」(Suitability Rule)とは、元々米国証券業界で採用されてきた原則であり、その自主規制機関であるFINRA (Financial Industry Regulatory Authority) が規則として定めている。すなわち、それは、「証券あるいは年金等の金融商品を顧客に勧誘する際に、対象とする顧客の属性（投資目的・経験、財産状況、税務状況）を考慮したうえで商品の推奨・販売を行い、それにより顧客保護を図るという考え方」と定義することができる。米国の保険業界においても、米

国証券業界をフォローする形で適合性原則が定着していった。以下にその動向を考察することとする。

(1) 米国の動向

米国でも、第1章で述べた日本の状況と同様に、特定の世代＝ベビーブーマー層（1946～1964年生まれ、7,500万人超）が、高齢者になり始めるといった傾向が生じている。こどもの教育費負担や住宅ローンから解放された彼らは、多額の金融資産を蓄積することとなる。すでに、ベビーブーマー層が60歳を超え始める2007年には、彼らの金融資産保有割合は全体の5割近くに達していた。このころから金融機関による金融商品の販売活動も盛んに行われるようになった。

通常、子供はすでに独立し、自分、あるいは自分と配偶者の当面の生活費を確保することのみを求められる年金生活者には、たとえば、ある程度の金額の退職一時金を、「余裕資金」として元本毀損のない範囲で運用しようというニーズが生ずる。したがって、そうした高齢者に対しては、保険会社は一時払い保険料から手数料を差し引いた残額に保険会社の設定した利率で利息の付される定額年金（Fixed Annuity）の推奨・販売を広く展開した⁽⁵⁾。

ただし、定額年金であっても、一時払い保険料払込後、種々の理由で資金ニーズが生じ解約せざるを得ない場合、相当な解約控除を課せられる場合がある。米国連邦議会（上院）では、2007年9月に公聴会が開催され、病弱あるいは虚弱高齢者に対し高額の解約控除がなされる年金の不適切な販売実態が報告された⁽⁶⁾。

(5) 実際に、生保会社の個人保険収入保険料推移をみても、年金保険の保険料の占率は、1980年（14%）、1990年（42%）、2000年（51%）、2010年（54%）と著増し、2010年現在では、生命保険（23%）、医療保険（23%）を大きく引き離している（小松原 [2012] p.1参照）。

1) ドッド・フランク法以前

ただし、この2007年9月の公聴会以前、各州の保険監督長官で構成される全米保険監督官協会（National Association of Insurance Commissioners、以下、NAIC）は、1990年代末からの検討の結果、証券規制を受ける変額商品（変額年金・変額生命保険）に適用される適合性原則に類似した規定を定額商品（生命保険・年金）に対しても適用すべき旨を提言したホワイト・ペーパーを2000年に採択した。その後NAICでは、生命保険・年金に関する適合性原則を定めた規則案を作成する中で、不適正販売が顕著な65歳以上の高齢者向けの年金販売にフォーカスした「高齢者向け年金販売適合性原則モデル規則」が2003年に採択された。さらに、2006年、このモデル規則は、65歳以上限定から全消費者に対して拡大適用するよう改正された。この時点で当該モデル規則は着実に各州への導入が進み、前述公聴会時点では32州が導入していた。ただし、ニューヨーク州、カリフォルニア州等、いわゆる大規模州は未採択であった。

その後、同規則の改正が、2010年3月のNAIC全国大会で採択され、消費者保護を更に促進する内容となった。その主な点は、①保険募集人が消費者に対して年金商品の推奨・販売を行う際に場合、消費者が年金商品の各種特徴⁽⁷⁾を認識しているか否かを確認すること、②保険募集人は、保険会社が定め、保険監督当局が認可した教育内容を履修しない限り、年金販売を禁止されたこ

(6) (事例1) ある保険募集人が、契約当時（2002年）82歳であった病弱の高齢婦人に対して彼女の保有するほぼ全資産（4万9千ドル）を大手A生保会社の年金（一時払い）へ加入させた。一方、この商品の解約控除期間は12年であり、当事介護施設利用資金を欲していたこの婦人は、年金解約が必要であり、資金確保のために多額の解約控除が発生する状況となっていた。

(事例2) 2003年にアルツハイマー病にかかった高齢婦人が、80歳になった2004年に保険募集人の勧めにより大手B生保会社の年金（一時払い、15万5千ドル）に加入した。この年金には、彼女が95歳になるまでの16年間にわたって解約控除が適用され、最高解約控除率は17%であった（小松原 [2012] pp.2-3参照）。

(7) 具体的には、①解約控除（解約手数料）適用期間、②解約控除金額、③年金商品を解約する場合に課せられる特殊課税（59.5歳前に解約すると利息で増えた部分に10%の付加的なペナルティ課税がされる）、④死亡保障部分や保険会社の経費をまかなうために課せられる手数料、⑤投資助言手数料、等である（小松原 [2012] p.4参照）。

と⁽⁸⁾、である。

2) ドッド・フランク法以後

金融危機後、米国では、2009年から新たな金融規制のための法律制定作業の中で、大規模金融コングロマリットの破綻による金融システムの機能不全＝システムック・リスクの管理に加え、消費者保護、とりわけ高齢者保護を主眼とした各種施策が行われることになった。2010年7月に成立したドッド＝フランク法（Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act of 2010）は、各州によるNAICのモデル規則の採択を積極化させる要因となった。

すなわち同法により、NAICのモデル規則採択が、州が連邦から一定の助成金を受けるための条件とされ、かつ、訴訟問題にもなっていた株価指数連動型年金（Equity-Indexed Annuity）の規制を引き続き州の専管規制とし、連邦証券規制を排除する形となった。そうした中、2011年にニューヨーク州、カリフォルニア州が、上述モデル規則に準拠した法律を導入した。特にカリフォルニア州においては、法律導入にあたって、保険監督長官が、この法律によりとりわけ不適正販売の標的とされてきた高齢者の保護のための包括的な措置が確保されたと歓迎の意を表明した。米国生命保険協会によるとNAICモデル規則（2010年版）を自州の保険法令に導入した州は、2012年1月現在で19州（提案中の州も含めると26州）に達しているという⁽⁹⁾。

(2) わが国における適合性原則に関する状況

1) 金融商品取引法、金融商品販売法関連

わが国では一般に、適合性原則が、ある特定の利用者に対してどんなに説明

(8) また、その年金教育を行う業者も保険監督当局が認定し、州の保険募集人継続教育コース関連法令に従った所定の年金教育（年金商品の仕組み・種類・契約関係・税務・活用方法・販売実務等）を保険募集人が履修した場合には、教育コース完了証書を発行しなければならないこととされた（小松原 [2012] pp.4-5参照）。

(9) 小松原 [2012] p.6参照。

を尽しても一定の商品の販売・勧誘を行ってはならないことを内容とする「狭義の適合性原則」と、投資商品の販売業者は利用者の知識・経験・財産力・投資目的等に適合した形で勧誘・販売を行わなければならないとする「広義の適合性原則」⁽¹⁰⁾に区分して理解されている。

金融商品取引業者等の説明義務については、金融商品販売法が説明義務を定めており（同法3条1項）、特に同条2項には「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」と規定している。この条項は、2006（平成18）年の証券取引法等の一連の法改正（平成18年法律第66号）によって追加された規定であって、説明義務にも適合性原則と同様の諸要素が加えられ、顧客に適合した説明が求められることとなったものである⁽¹¹⁾。

2) 保険業法関連

現行の保険業法下でも、保険会社には適合性原則に関する体制整備義務が課せられている。この保険業法上の現行規制と、新たに金融商品取引法で設けられる行為規制としての適合性原則の相違点は次の2つである⁽¹²⁾。

第1に、保険業法上の体制整備義務にすぎない場合には、適合性原則に係る社内体制等を整備すれば、行政処分のリスクを回避することができる。一方で、金融商品取引法上の行為規制として適合性原則が課せられる場合には、「顧客の知識、経験及び財産の状況及び金融商品取引契約を締結する目的」に照らして適当と認められる募集を行わなければ、直ちに行政処分等のリスクが発生する可能性がある（金融商品取引法40条1号）。

第2に、保険業法上の体制整備義務の場合には、当該規定に反したことを理

(10) 金融審議会第一部会「中間整理」（第一次）平成17年7月6日。なおこの「広義の適合性原則」は、金融商品取引法40条1号に規定されている。

(11) 香月 [2011-b] pp.69-70参照。

(12) 木邨愛郎 [2006] p.15参照。

由として、顧客から損害賠償請求を受ける可能性はないと考えられる一方、金融商品取引法上の行為規制として適合性原則が課せられた場合、適合性原則に反する募集を行うことが、不法行為を構成するものとして、損害賠償請求の根拠となる可能性がある⁽¹³⁾。

(3) 適合性原則を遵守した高齢者への推奨・販売

1) 監督官庁の考え方

金融庁は、2008年2月21日付で証券取引等監視委員会と連名で「金融商品取引法の疑問に答えます」という問答集を公表している。その中に適合性原則に関し2つの問答が掲げられている。

第1の質問が、「証券会社・金融機関に対してリスクの高い商品を販売・勧誘してはいけないこととなったと聞きますが、本当ですか」である。

それに対する回答は、「適合性の原則は、顧客の知識、経験、財産の状況、商品購入の目的に照らして不適當な勧誘をしてはならない、というルール」で、「顧客の状況を総合的に考慮して、それに見合った勧誘をすることを求めているもの」であって、「証券会社・金融機関が（顧客の知識や経験等に関係なく）、一律に高齢者にはリスクの高い商品を販売しない。一律に高齢者には一度目の訪問では販売しない。一律に高齢者には親族の同席がなければ販売しない。などの対応をとることは、必ずしも趣旨に合いません。」との回答が記載されている。そして、「それぞれの顧客の状況に応じた、きめ細かで柔軟な販売・勧誘が行われることが、利用者、証券会社・金融機関の両方にとって望ましいこと」と、監督官庁としての希望を述べている。

「適合性の原則は、顧客の知識、経験、財産の状況、商品購入の目的に照らして不適當な勧誘」について、具体的にその内容を画定していくことが、金融

(13) 江澤 [2010] pp.169-170参照。

商品を購入しようとする高齢者保護につながると筆者は考えるが、規制機関である金融庁の姿勢は、抽象的な文言でガイドラインを示しつつ、その後は保険業界の「自主規制」に委ねる形が採られている。

第2の質問は、「証券会社・金融機関は、取引の都度、顧客の財産の状況を把握しなければ一切の金融商品取引を行えないこととなったと聞きますが、本当ですか。」である。

それに対する回答は、「取引の都度、顧客の状況を把握しなければ一切の金融商品取引を行えない、ということはありません。例えば、顧客がリスクをよく理解した上で自ら判断する旨を証券会社・金融機関に明示した場合には、財産の状況等を把握できなくても、顧客の知識や経験等を考慮して、取引することが可能と考えられます。」である。ここで、「顧客がリスクをよく理解した上で自ら判断する旨を証券会社・金融機関に明示」といっても、その理解の程度に関する認識は個々人でかなり異なっており、それをもって適合性原則の「適用緩和」の根拠とすることは、契約者保護に欠ける可能性がある。

2) 高齢者への推奨・販売において考慮すべき点

次に対象を高齢者に限定して推奨・販売上考慮すべき2つの点について述べる。

第1に、「当該高齢者の保険ニーズの入念な確認」である。そもそもなぜ高齢者が保険商品を必要とするのかを確認した上でそのニーズに合致した商品を選択すべきである。保険商品（特に生命保険商品）は預金や投資信託と異なり、通常長期にわたる取引であって、中途解約に換金性の劣る商品のため、一般的には高齢者に不向きな商品といえる。また、保険料払込期間満了時の年齢がわが国の平均寿命を超えるような契約への加入は、通常は合理的なニーズが認められないので、原則として販売すべきではない。むしろ事前選択段階でシステムのチェックがかかることが求められる⁽¹⁴⁾。そしてこうした商品については、たとえ高齢者本人から申し出があったとしても安易に販売することは避け、後

に紛争に発展することの無いよう、その必要性を綿密に検討すべきである⁽¹⁵⁾。

第2に、「当該高齢者が商品内容を明確に理解したことの確認」である。説明を終了した際には、当該高齢者から、説明を受けたこと、商品内容について理解したことを示す書面に署名捺印をもらうことになる。ただし、変額生命保険・年金、あるいは外貨建て保険等、特に「元本割れ」の可能性のある商品の販売の場合には、一般的な説明を終えた後、簡単な質問・テストを行って理解の程度を確認し、なお理解不十分であれば追加的な説明をするといった態勢を採るべきであろう⁽¹⁶⁾。

IV. むすびにかえて

前述のとおり、適合性原則を遵守した高齢者への保険販売には、高齢者の特性を考慮した上で、①そのニーズを充分把握し、それに合致した金融商品を提供すべき注意義務と、②その理解能力に応じた説明を行い、理解可能な金融商品のみを提供すべき注意義務、との2つ面があるといえる。

最近の新聞報道⁽¹⁷⁾によれば、2011年10～12月期の個人向け年金保険の販売額は、5大銀行グループ（三菱UFJファイナンシャル・グループ（FG）、三井住友FG、みずほFG、りそなホールディングス（HD）、三井住友トラストHD）の合計約7,000億円となり、前年同期の2.4倍に達している。保険商品でとりわけ順調に業績を伸ばしているのは、契約時に保険料を一括して払い込む「一時払い終身保険」である。銀行窓口での投資信託の販売が急速に減少（販売額は合計で5割減の約8,000億円）したため、銀行は販売手数料の源泉を同

(14) 緒方 [2005] p.16参照。

(15) 相続目的の場合には、相続人候補者である家族を同席のうえ、家族にも説明を行い、理解を得ることが重要である。特に、同居の子供の取り分を手厚くしたいとの目的でなされる保険契約については、死亡保険金の受取人の指定や後継年金受取人指定に関する説明を怠らざらなければならない（香月 [2011-b] p.31参照）。

(16) 野村 [2004] p.63参照。

(17) 2012年2月9日付日本経済新聞朝刊「大手銀、保険販売2.4倍」

保険に求め、積極的な販売活動を展開した。

たとえば、退職一時金の全部または一部を余裕資金として保有する高齢者にとり、①健康状態に関する告知も簡単であること、②死亡保険金は受取人固有の財産とされ、原則として遺産分割協議対象にはならず、受取人は預貯金などと異なり保険金を即座に入手でき、葬儀費用等に使えることは、確かにこの商品の魅力となっている。

しかしながら、問題は、この商品が、保険事故を死亡とする「死亡保険」の1種としてではなく、10年程度経過した後の解約により受け取る解約返戻金の「利回り」を強調する話法を用いて一般に販売されている点である。商品や契約年齢によってこの「利回り」に相違があるが、60歳男性が加入した場合、一時払い保険料と解約返戻金が同額になるのが通常契約後約6年とされている。その後解約返戻金は徐々に増加し、10年後に解約すると実質0.5%程度の利回りを得ることができる。これは一般的な10年物定期預金(300万円以上)の金利年約0.2%程度に比べ「金融商品」としてより選好度が高くなる。ただし、この商品の推奨・販売の際に、適合性原則を遵守した上で、不意な出費を迫られる可能性が高いという高齢者の特性を考慮して、この場合では契約後6年未満の解約では「元本割れ」が発生するという事実を明確に説明し、理解させているか疑問が残るところである。

いずれにしても、わが国において、団塊の世代の金融資産が金融業界に大きな事業機会をもたらすことが期待されているが、米国同様に、高齢者を狙った金融・投資関連の詐欺や不正行為も増加している。自己責任原則を基本としながらも、高齢者の特性を中心に据えた適合性原則を遵守しつつ、高齢契約者・高齢見込客の保護策や保険リテラシー向上に向けさらなる取り組みが求められるところである。

いわゆる保険の本質をめぐる議論の中で、保険商品を「情報商品」と捉えるヴォルフガング・ミュラー(W. Mueller)教授の「保険即情報商品説」は、情

報商品の特質の1つである「解釈の必要性」から、見込客が保険購入に際してそれを十分解釈（理解）することの必要性を根拠づけた。それに対応して保険者は、見込客の「主観的前提」すなわち手持ちの情報と解釈技術に配慮した情報の表示・記述をしなければならず、それが「合理的な保険購入のための保険者から消費者への情報開示」に他ならない。

保険事業のイメージを悪化させている要因としてミュラー教授は、「保険市場の透明性の欠如」と「保険約款に関する契約者への情報開示の不十分さ」を挙げている。教授は、保険商品を情報商品と位置づけることにより、この保険事業のイメージ悪化要因を是正し、見込客が保険商品を十分理解した上（保険者の立場から言えば理解させた上）でそれを購入するという実務を根付かせようとした⁽¹⁸⁾。

このように、保険を情報商品と捉えることで、本章冒頭で確認した適合性原則の2つの側面のうち、高齢者へ「理解可能な商品」を「理解可能な説明」を行いつつ推奨・販売することの必要性がより明確となるのである。

参考文献

- ・浅見利男 [2010]「融資取引における留意点と実務対応」『ファンナンシャルコンプライアンス』Vol.40-1, pp.39-43。
- ・江澤雅彦 [2002]『生命保険会社による情報開示』成文堂。
- ・池永朝昭・山本泰輔 [2011]「ADRの具体的事例から見る金融商品販売時の留意点」『銀行実務』Vol.41-5, pp.86-91。
- ・木邨愛郎 [2006]「投資サービス法（金融商品取引法）の制定と生命保険業界への影響」『生命保険経営』第74巻第4号, pp.3-23。
- ・木内是壽 [2000]「適合性に関するアンケート用紙、勧誘方針の作成と留意点」『銀行実務』Vol.30-8, pp.35-38。
- ・香月裕爾 [2011-a]「高齢者に対するリスク商品販売と適合性原則—大阪地方裁判所平成22年8月26日判決の適否—」『ファンナンシャルコンプライアンス』Vol.41-1, pp.68-74。
- ・香月裕爾 [2011-b]「金融商品販売における留意点とトラブル対応」『ファンナンシャルコンプライアンス』Vol.41-3, pp.26-34。
- ・小松原章 [2012]「米国の年金販売に対する高齢者保護の動向について—米国保険業界の個人年金販売に対する適合性原則導入と最近の状況を中心として—」『ジェロントロジージャーナル』

(18) 江澤 [2002] pp.92-93参照。

- No.11-018, pp.1-6。
- ・ 小山晋資 [2009]「顧客属性を踏まえたリスク商品販売時におけるリスク説明の強弱—適合性の原則の観点から—」『ファンナショナルコンプライアンス』Vol.39-8, pp.45-51。
 - ・ 黒石晃介 [2006]「英国で高齢者向け金融商品として注目されるエクイティ・リリース」『ニッセイ基礎研 REPORT』第106号, pp.32-35。
 - ・ 宮下修一 [2010]「『銀行窓販』の勧誘をめぐるトラブルと金融機関の責任—「保険販売」を中心に—」『国民生活研究』第49巻第4号, pp.1-30。
 - ・ 永田 均 [2002]「漸次的意思能力喪失と金融取引の有効性—高齢者等保護と金融取引保護の接点—」『法学新報』第108巻第9・10号, pp.323-371。
 - ・ 長島 亮 [2007]「米国における高齢投資家保護の取組み」『資本市場クォーター』Vol.10-3, pp.99-108。
 - ・ 西御門 亮 [2005]「金融知識に乏しい者へのメリットを強調した投資勧誘」『銀行コンプライアンス』Vol.7-3, pp.11-13。
 - ・ 野村修也 [2004]「高齢社会における保険法のあり方」『保険学雑誌』第584号, pp.53-63。
 - ・ 布川雅俊 [2005]「退職金や年金生活者の手元資金を対象とする投資勧誘と投資家の自己責任」『銀行コンプライアンス』Vol.7-3, pp.22-23。
 - ・ 緒方延泰 [2005]「適合性の原則を無視した商品販売—高齢者への長期契約保険の販売など—」『銀行コンプライアンス』Vol.7-5, pp.15-16。
 - ・ 岡野正明 [2011]「営業店に求められる高齢者対応と金融サービス」『ファイナンシャルコンプライアンス』Vol.41-3, pp.20-25。
 - ・ 鈴木健之 [2010]「金融商品販売時の留意点と実務対応」『ファンナショナルコンプライアンス』Vol.40-1, pp.44-47。
 - ・ 遠山浩之 [2005]「高齢者・制限行為能力者等の投資勧誘」『銀行コンプライアンス』Vol.7-3, pp.20-21。
 - ・ 土浪 修 [2005]「米国における生命保険・年金販売と適合性原則」『ニッセイ基礎研 REPORT』第100号, pp.8-15。
 - ・ 宇藤真輔 [2000-a]「金融商品販売法の金融機関に与える影響」『銀行実務』Vol.30-8, pp.20-21。
 - ・ 宇藤真輔 [2000-b]「適合性原則に関する事例研究」『銀行実務』Vol.30-8, pp.22-27。
 - ・ 宇藤真輔 [2000-c]「不招請勧誘に関する事例研究」『銀行実務』Vol.30-8, pp.28-31。
 - ・ 宇藤真輔 [2000-d]「その他の勧誘の適正確保に関する事例研究」『銀行実務』Vol.32-34。
 - ・ 渡邊博己 [1999]「痴呆性高齢者等との取引—意思能力の判断とその効果を中心して—」『金融法務事情』No.1537, pp.31-37。
 - ・ 渡邊博己 [2010]「預金取引における留意点と実務対応」『ファンナショナルコンプライアンス』Vol.40-1, pp.34-38。