

## 第18回「消費者の声」諮問会議議事録

### 1. 開催日時等

日時 2011年2月7日(月)9:30~11:35

場所 損保会館16階 理事会室

出席者 有識者委員：松本委員(議長)、八代委員(議長代理)、石川委員、古笛委員、丹野委員

業界側委員：鈴木委員(協会長)、半田委員(専務理事)、栗山委員(常務理事)

### 2. 議事概要等

#### (1) 今年度「重点取組課題」について

事務局から、今年度の「重点取組課題」として実施している次の3点に関するこれまでの取組状況等について、配付資料に基づき説明があった。

ア．消費者啓発・理解促進

イ．消費者からのご相談・ご意見への対応強化

ウ．新たな募集人試験・教育制度の構築

引き続き、上記の取組に関して意見交換を行った。

席上出された主な意見等は以下のとおり。

消費者啓発・理解促進

(有識者委員)

消費者啓発に関しては、積極的に大学等で講座を行うことはもちろん大事であるが、一般消費者への啓発のタイミングとしては、苦情が出た時が絶好のチャンスである。苦情が出るということは、関心があるということであり、それを利用して保険についての説明をすると効果的である。

高齢者の自動車保険料の値上げに関して、ある新聞で投書記事が出ていた。その内容は、高齢者の事故が増えており、高齢者の保険料を上げることになったが、高齢者の人数が増えているので事故が増えるのは当たり前であるというものであった。しかし、本当は高齢者一人あたりの事故率が高いために保険料を上げるのであり、それが全く理解されていない。新聞に対して反論したり、広告を掲載し、「こういう状況であるから保険料の値上げが必要で、保険会社の儲けのためではなく、公平な保険料負担をしてもらうためである」という点をアピールする、まさに消費者啓発の絶好の機会である。これに対しては、どのように対応しているのか。

(業界委員)

今回は、ある会社が保険料を値上げしたことから始まった話である。保険料率をどうするかは、個々の会社の商品の問題であり、個別の会社の判断に基づくものである。したがって、協会として公式にコメントをすることは難しい。

なお、自動車保険の参考純率を計算しているのは損害保険料率算出機構であるので、連携

できるところがあれば、連携した啓発も考えていきたい。

(有識者委員)

保険料を上げていない会社もあるのか。

(業界委員)

現段階で保険料を上げると公表している会社は1社である。損害率の実態をどのようにアピールすればいいかを検討していきたい。

苦情をどのように活かしていくかについても問題意識は持っている。そんぽADRセンターも業務開始したので、そこで受け付けた苦情を業界のPDCAの基盤として分析し、各社にフィードバックすることで、業界全体の品質を高めていきたい。

(有識者委員)

今の話は、普通の苦情というよりは、保険商品のあり方について、ある個社の考え方と投書した人の考え方の違いであり、そこは対話をして双方が理解できるようにするといったいわばステークホルダーエンゲージメントに近いものだと思う。

数年前、高齢者独自の医療保険(後期高齢者医療制度)が作られたときに問題となったが、それに似た部分がある。保険は「みんなの助け合い」であるが、どのグループで助け合うのかというセグメンテーションをどうするかという点については、一義的な答えはない。そこは、サービスを提供する側と受ける側の双方が納得できる場所を見つけることになるのではないか。もし、見つからない場合には、個社が色々な商品を出す中で、ユーザーがどの商品を支持するか、または、保険は公共性が強いいため、個社がバラバラの商品を出すのは良くないということになるかだと思う。

(有識者委員)

投書の内容を見ていないので、何とも言えないが、少なくとも投書をする人は、投書の前に、契約している保険会社に対し「なぜこんなに保険料が上がるのか」という苦情を入れているはずである。そこで一通りの説明はあったが、その説明に納得できず、投書したと思われる。その投書を読んだ人は「やはり保険会社がおかしいのではないか」という印象を持ったと思う。現在では、保険料の値上げを公表した会社は1社であるが、今後続く可能性もある。消費者にとっては、補償範囲も重要であるが、保険料も重要な部分であるので、個社もしくは業界でなんらかの形できちんと説明する必要があると思う。

(有識者委員)

高齢者の保険料が上がるというところだけを見ると個社の問題であるが、来年度から自賠責の保険料が上がり、さらに2年後にも上がるのが決まっている。自賠責保険も任意の自動車保険も保険料率が上がるため、大変であるといった声が出てきているので、この機会に保険制度について色々アピールし、保険料を上げるにはそれなりの理由があるといったことを説明しなければならないと思う。個社の問題というよりは、業界としてアピールする絶好の機会であると感じる。

( 業界委員 )

自賠償の問題は、ご指摘のとおりであって、自動車保険と併せて説明できれば理解が深まるものと思う。

( 有識者委員 )

一般論としては、こういう事をきっかけにして保険とはどのようなものであるかを消費者に知ってもらおう対話を始めるべきだということである。

( 有識者委員 )

不祥事に対する弁解ではなく、逆に積極的な啓発であり、少々お金をかけてでもやることが望ましい。

( 有識者委員 )

関心を持ってもらっているときに対応するスピード感が大切である。

( 有識者委員 )

阪神大震災の後に地震保険の議論が盛り上がったのと同じで、今回の自動車や雪害、噴火の話などを絡めて、色々保険のことについて皆が注目する時期だと思う。

( 業界委員 )

保険業法上、地震保険、自賠償保険は独占禁止法上の適用除外となっている。これらについては、業界統一の商品であり、保険料率も同じであることから、協会が前面に出て対応することが可能である。その他の商品については、現在の法律の枠組みからすると、市場の競争によって、商品が同一化することはあっても、初手の段階ではあくまでも各社バラバラの約款や保険料率でスタートせざるを得ない。ある種の標準化という形が醸成されるまでの期間は、どうしても各社の説明に委ねられざるを得ないという点は、損保協会として避けることができない。そういう意味では、各委員が言われたように苦情、または苦情を超えた大きな変化に当たって、損保協会として、マスコミだけでなく、様々な切り口で説明をしていかなければならない。まさにステークホルダーエンゲージメントのような観点から、対応しなければならないという点は、我々として異議のないところである。だが、これを進めるには時間軸を置かざるを得ず、時間軸に沿って対応しなければならない点については、ご理解いただきたい。

( 業界委員 )

例えば、今回の自動車保険の値上げの要因には必ずしも高齢者だけではなく、複合要因があるが、高齢化社会を切り出して考えると、損保協会として、それと損害保険の関わりについて啓発していく余地はご指摘のとおりあると思う。

今度初めて、生保協会と共催でシンポジウムを開催する。高齢化社会における損保や生保の役割をどのように考えていくかがテーマになっている。社会の変化に対応した啓発活動を考えていかなければいけないと思う。

(有識者委員)

消費者啓発については、大学の講座や高校のカリキュラムに組み入れるために、教師への働きかけを行うなど、非常に頑張って多くの取り組みを進めていると思う。

文科省のカリキュラムも変わり、金融教育が取り入れられた。先ほど「教科書には書いてあるが、実際の授業で先生が保険の話をしてくれるかわからない」との説明があったが、金融教育では保険よりも証券や貯蓄が優先されてしまう可能性が高い。

保険獲得にどれだけ影響するかという点はあるものの、子供を育てるという意味では、本当に金融教育は大事なことである。迂遠な方法となるかもしれないが、銀行や証券等も入れた教育でないとしても後回しになってしまうので、うまく連携してやっていく必要があるのではないかと考える。

また、高校のカリキュラムにおいては、現在は家庭科の中に組み込まれているが、ぜひ社会科でも取り上げられるようにしてほしい。

(有識者委員)

損保を金融教育に入れようとするのが難しい。金融教育というと資産をいかに作るかというイメージが強い。むしろ災害対策や防災、リスク管理といった分野なので、金融業の側面はあるものの、別の方面からやるほうが実際的であると思う。

(有識者委員)

ご指摘のとおりではあるが、実際になかなか入れてもらえない中でようやく入ったところである。新たな枠を取るのにはなかなか難しいので、せっかく入った切り口のところを広げていけたらよいと思う。

(業界委員)

今まで長い間やってきた結果、一定程度理解されてきたという印象はある。十分ではないと思うが、文科省においてもリスク管理などの切り口からも、保険の重要性について理解が進んでいると思われる。皆さんの力を借りながら金融教育の観点から推し進めるのと同時にリスク管理や防災という観点も併せて進めることで、損保の社会的重要性を若い頃から覚えてもらうことを訴えていきたいと思う。遅々としてはいるが、自分の感触では進んでいると思っている。

不足しているのは中学生の部分であり、中学校の学習指導要領にはまだ入っていない。学習指導要領に反映されると、それを足がかりにその先の運動を展開できる。小学生や高校生に対しては学習指導要領に位置づけられているため、それを足がかりにやっていけば、先生の中にも同調していただける方が増えるのではないかと考える。

(業界委員)

先日、外国損害保険協会(FNLIA)と意見交換する機会があり、イギリスやアメリカでは、中学、高校では当たり前のように金融保険教育があると聞いた。

海外から見ると、日本の契約者は自己責任原則の意識が薄いのではないかと、という印象があるようで、損保協会の消費者啓発・理解促進の取り組みを紹介したところ賛同を受けた。また、自分たちも一緒にできないことがないかと考えてみたいとの発言もあった。

時間はかかるかもしれないが、家庭科だけでなく社会科にも広げる等工夫をしながら進めていくしかないと思っている。

(有識者委員)

アメリカでは、医療保険は公的保険ではないため、民間の医療保険に入らなければならないので切実な問題である。

(業界委員)

生きていくうえでその知識が必須ということなのだと思う。

消費者からのご相談・ご意見への対応強化

(有識者委員)

配付資料を見て、やはり予想通り受付件数は増えたという印象である。紛争解決委員の方は大変だと思うが、契約者側の期待が高いので、頑張っていたきたい。

広報の仕方についてであるが、配付資料の中に苦情・紛争の代表的な事例が掲載されている。例えばホームページ等に掲載するのだろうと思うが、消費者がそれらの事例を見ながら、「自分の事案について、ここで解決してもらえる」と思えるように、より具体的な事例を記載してほしい。

(事務局)

今回配付した資料とは別に、対外的に公表するためのレポートを四半期ごとに作成していく予定にしている。その中では、より詳しい内容で記載することを予定している。

今回配付した資料では、交通事故の賠償責任に関する事例を記載しているが、交通事故の賠償責任の事例は、被害者からの主として賠償額の認定に係る申立てであり、契約者の方と保険会社との契約に関するトラブル事例とは書きぶりを変えざるを得ない部分がある。契約に関わる事例の場合は、保険会社側の対応等、トラブルに至る経緯が重要となる場合があるため、そのあたりがわかるような表記、内容としていくつもりである。

(有識者委員)

配付資料には、紛争の事例と苦情の事例が記載されているが、苦情の事例は詳細な記載があるのに対して、紛争の事例は極度に抽象化されている。これはどのような目的で掲載しているのか。

(事務局)

手続き非公開の原則、守秘義務、個人情報の保護が求められる中で、可能な範囲での情報提供ということになっている。とりわけ交通事故の賠償責任については、これらの状況を考えると情報量としては限定的にせざるを得ない。

契約者と保険会社のトラブルにおいては、事案の概要や途中の手続きについて、もう少し踏み込んだ内容での記載になると思う。そのあたりも引き続き研究していきたいので、ご意見をいただきたい。

(有識者委員)

苦情の事例というのは、ADRにかかる前に解決した事例なのか。

(事務局)

ADRとしては、法律上、苦情処理手続と紛争処理手続の二段構えの対応を行うこととなっている。したがって、苦情の事例は、法律に基づく苦情処理手続を実施したものである。紛争の事例は、紛争処理手続に付され、手続が終了した事案を掲載することとしている。

#### 新たな募集人試験・教育制度の構築

(有識者委員)

本諮問会議の提言を受けて、試験制度が大きく変わるということはよいことだと思う。当初は募集人の数が多く、試験会場の手配等の問題もあり、全員受験するには何年もかかるということだったと思うが、だいたいどの程度で受験が一巡する見込みなのか。

(事務局)

今実施している更新試験の制度が5年サイクルになっているので、当初は5年経過後に制度を改定する予定であったが、今回大幅に前倒しして、新制度を導入することにした。ただし、従来から5年で一巡としているため、新制度においても全員が受験するまでは当初から5年間を予定しており、あと2年程度かかることとなる。

(有識者委員)

本試験制度は、そもそも募集人のレベルにバラツキがあるということで、そこをボトムアップすることを目的に始まった制度である。是非、早急にボトムアップして、我々消費者に接する代理店のすべてが、質の高い代理店という状態になることを期待している。

(業界委員)

今後どういう試験の内容、教育にしていくのかは、問われ続けると思っている。そこは試験や教育の中身をレベルアップさせ、ご意見をいただきながら進めていくことになる。

(有識者委員)

代理店の問題は非常に難しいところがある。自賠償保険料の値上げの問題に関連するが、今回の料率改定の問題は、代理店手数料や社費とは関係ないところから始まったにもかかわらず、保険料が上がるということで、代理店手数料の見直しという話も出てきている。どんどん代理店教育を進め、ある意味代理店に負担を強いる一方で、手数料を下げようという話も現実として出てきている。そこをどのように取り扱っていくかは非常に難しい。代理店については、試験制度等で募集の品質向上を行っているが、代理店の説明不足等によりトラブルが発生した際に、代理店の所属会社がどのような対応をするかについて、これは法的にも難しく、裁判例も多くないが、かつて裁判所は、保険会社は責任を負わず、代理店が責任を負うと判断したケースもある。しかし、従来のように代理店が失敗したことは代理店が全て責任を負い、所属会社は知らないということではできないと思うので、保

険会社側のスタンスも今後検討していく必要があると思う。

(有識者委員)

今の点については、保険業法で代理店の責任は保険会社の責任とされているのではないか。

(有識者委員)

保険業法や昔の募取法でそのような規定はあるが、実際に全ての事案で保険会社が責任を負っているわけではなく、募集業務以外でミスした時の責任を誰が負うのかという問題がある。更新手続きの時に案内をしなかったという場合などが多いと思う。

(有識者委員)

保険会社と代理店は別法人であると言われればそれまでだが、現実にはその保険会社の商品を契約し、その代理をしてもらっており、契約者側から見ると別法人だから違うと言われるのは予想外である。代理店と保険会社は一体の関係であり、募集時以外の部分での代理店のミスも保険会社が引き受けてくれると普通は思っているので、その期待に応えていくことは大切である。

(業界委員)

委託契約の範囲内において、代理店の失敗は、対契約者との関係では第一義的に保険会社が責任を負うということになる。委託契約書に基づく責任であるので、代理店と保険会社は一体となっている。ご指摘の件は、保険会社の責任かどうか境目にあるような場合はどうかということだと思う。保険仲立人であればお客様側であり、責任の所在は違うと言えるが、代理店の場合は保険会社の責任は不明確である。その一方で代理店の資質向上に関して、保険会社側で制度を考え、募集レベルを上げる努力をしている点では、つながっているとと言える。

(有識者委員)

メーカーと比較したときに、例えば、電気製品をあるメーカーが作り、小売店で販売し、お客がそれを買うといったときの関係と保険会社と代理店との関係について、どこが違うか説明が可能なのか。

(有識者委員)

代理店は小売店ではない。

(業界委員)

代理店との間には、委託契約があり、何を委託するか決められている。

(業界委員)

契約当事者の関係で言えば、電気製品の場合には、メーカーと小売店、小売店と消費者という関係であり、契約は分離している。保険契約の場合には、基本的には保険会社と保険契約者の直接の契約関係であり、それに伴う販売の部分を保険会社は代理店に委託してい

る。そこを繋ぐのが保険会社と代理店の委託契約書である。その契約関係に伴って生じる責任については、保険会社が負担する。基本的に代理店が募集時に起こしたトラブルについては保険会社が責任を負うことになっているが、民法715条の使用者責任とズレがあり、当然のことながら使用者責任に伴う雇用者側の責任の方がより広いと、その差の部分が先ほどご指摘いただいたものである。

入口と出口があると思うが、出口のところについては、今は株主代表訴訟の問題もあり、法律に定める中身に従って賠償するしかないというのが限界であると思う。しかしながら、入口のところを考えれば、できるだけトラブルがないように保険会社として努力する道義的な責任があり、経済的な意味でいえば、トラブルに伴う外部経済コストをできるだけ最小化するという意味でも保険会社としての努力が必要だ。そうした流れの中にこの試験制度が位置づけられていると考えていただきたい。

(有識者委員)

整理すると、代理店がお客様との間で行っている様々な業務は、保険会社との委託契約の中で行われており、募集については保険業法の中で責任が明確になっているが、募集以外の業務については、保険業法上の記載はないが、委託の範囲内で代理店が犯した過失については、保険会社が責任を負うということか。それとも代理店の責任としているのか。

(業界委員)

そこは保険会社が責任を負うこととなる。民法715条と同じように必要な範囲において保険会社が当該代理店に求償するといった関係になる。

(有識者委員)

そうすると最後に残るのは、業務委託の範囲外で代理店が独自にお客様との関係で何かトラブルになった場合の問題である。

(業界委員)

保険に付随した業務の不正か、あるいは全く付随していないものか等、それぞれケースバイケースで考えるしかない。

(有識者委員)

代理店は募集の部分と事故受けの部分を中心に業務をしているが、保険金が支払われるか否か、いくら支払われるか等のいわゆる損害査定業務は委託の範囲ではない。お客様から「これは払われるのか」「いくら払われるのか」と言われ、つい答えてしまうことで、後々トラブルになることがあった。

(業界委員)

ご指摘があったような誤解を生じさせないように、代理店が知識レベルを上げ、しっかりと説明することが苦情を減らす最大のポイントであると思っている。代理店に的確な説明責任能力を持ってもらうことにこの試験制度の根源があると思う。



## (2) 消費者が損保協会に期待する事業について

事務局から、公益法人制度改革に対する対応案および現在の損保協会が実施している事業内容について、配付資料に基づき説明があった。

引き続き、上記の対応および事業内容に関して意見交換を行った。  
席上出された主な意見等は以下のとおり。

### (有識者委員)

第5次中期基本計画で重点柱としている「消費者とのコミュニケーションの推進」、「業務品質の向上に向けた取り組み」については、引き続き、非常に大事である。一般消費者は、損保協会に対して、業界をまとめ、引っ張っていくというイメージを持っている。そういう意味で、この二つの重点柱は欠かせないと思っている。

### (有識者委員)

国際化への対応については、どこの業界でも大切である。外資系の損保会社が損保協会に加入していないのは何故か。分かれているのは非常に不都合であると思う。

### (業界委員)

外国保険会社と国内保険会社の利害が違う部分が多いということだと思う。  
一方で共通の部分もあり、外国損害保険会社にはオブザーバーという形で、色々なところで議論に入ってもらっている。そういう意味では、必要な部分では協力し、利害が対立する部分ではそれぞれの利益に従って行動するという姿になっていると思う。

### (業界委員)

自由化が始まった直後は、利害相反することがあったと思うが、本邦マーケットの顧客に対応していくという点で言えば、全く姿勢は一緒であると思う。

### (業界委員)

外国損害保険協会とは、定例的に、年に2回程度はコミュニケーションの機会を持っている。当方としては、門戸を閉じているわけではなく、会員になるかどうかは、外国保険会社の意向によるものである。

### (有識者委員)

逆に日本の保険会社が海外に進出する場合において、例えばアメリカでは協会のようなものはあるのか。

### (業界委員)

アメリカには多くの協会があると聞いている。

### (有識者委員)

そこに日本の保険会社は加入しているのか。

( 業界委員 )

承知していない。

( 業界委員 )

日本の場合は、今の保険業法が改正される前、外国保険会社に関する法律（外社法）があり、支店形式で日本に進出する保険会社については、外社法によるガバナンスが求められていた。その多くが日本の保険会社に比べ規模が小さく、事業の面でも再保険ビジネスのために日本に進出しているケースも多く、質・量共に当時の日本の保険会社とは相当体の異なる側面を持っていた。当然のことながらそれに伴い、集団としての行動も相当程度違うところがあったのであろうと推測される。それが保険業法改正により、国内損害保険会社、外国損害保険会社ともに、一つの保険業法の下で監督されることになったが、協会という点では引き続き、両方が存続した。

当時、保険業法改正に併せて、日米保険協議があり、そこで激しい議論があったことから、両協会が一つになるきっかけがつかめなかった部分もあったのではないかと推測される。

### ( 3 ) わかりやすい保険商品について

事務局から、わかりやすい保険商品に関するこれまでの各種取り組み内容について、配付資料に基づき説明があった。

引き続き、上記の取り組み内容等に関して意見交換を行った。

席上出された主な意見等は以下のとおり。

( 有識者委員 )

本諮問会議は、不払い問題を契機に、「損害保険商品が非常にわかりにくい」、「保険会社が代理店の先にいるお客様を見ていない」といった問題に対する真摯な反省から始まったものと認識している。そういう意味では、各社とも募集帳票や募集人の資質向上について非常に努力をしてきたと思っている。当初、募集帳票等を消費者目線でチェックしてほしいという依頼を多く受けた。そのころから比べると、募集帳票等は非常に良くなったことはよくわかっているが、消費者は、やはり情報量が多すぎて理解が難しいため、その点を整理してほしい。そのためにガイドラインができたものの、保険商品自体については、いまだに顧客から見て肝心の補償範囲がよくわからないという状態である。

募集帳票等の作成者とわかりやすい方法を模索して話をしていると、最終的には約款が一般消費者にとってわかりにくいということに行きつく。「保険商品が複雑であるために支払漏れが発生した」という真摯な反省を基に、個社においても約款の表現および内容が簡素な保険商品を目指しているが、一般消費者にとってよく理解できるものになっているかという意味ではまだ途上であると思っている。

「保険約款のわかりやすさ向上ガイドライン」ができたことは非常に良いことであった。この中で二重否定をなくす等、約款を読もうと思えば読めるというレベルになったことは非常に良かったのだが、その先の商品の内容、補償範囲を理解できるレベルまでいっているかということはまだ足りないというのが実情だと思う。

また、同じ名称の保険商品売っているのに、補償範囲がそれぞれ違っていたり、契約者が事故の際に約款を読んで、保険金が支払われるのか支払われないのかわからないという状況もある。「保険約款のわかりやすさ向上ガイドライン」の第二弾として、商品の簡素化・平明化という、中身に踏み込んで検討してもらいたい。

(有識者委員)

約款を見て理解するには限界があるが、保険商品のコンセプトがどこにあるのか、どういう保険商品なのかということ自体がわからない商品があるのではないかと思う。

従来何度か話題になっているのが人身傷害補償保険である。この保険については、いくら保険金が支払われるかという問題だけではなく、最近では保険法の専門家が、損害保険なのか、傷害定額保険なのかという点について興味を持っており、死亡保険金は誰に支払われるのかという点で、裁判所の判断も分かれている状態である。独禁法の問題で何から何まで商品内容を合わせることはできないと思うが、コンセプトがどこにあるかははっきりさせなければならないと思う。

また、弁護士費用特約については、わかりやすい商品で、もらい事故のサポート等被害者救済に役立つものだと思うが、被害者側に全くコスト意識がなく、自分の権利を実現することの是非について問題を感じている。例えば、弁護士費用特約からすれば、被害者の損害賠償請求権があるため拒否はできないが、3万円の物損のために裁判をしてほしい、仮処分をしてほしい、差し押さえをしてほしいということがある。3万円の訴訟だからといって弁護士が3千円の報酬で引き受けるわけではない。また、自ら被害者であるという意識であれば請求できるということなので、例えば、自転車と車がぶつかった場合において、普通は車が加害者で自転車が被害者という発想になるが、車に傷がついたという理由で弁護士費用特約で相手を訴えてくれと言われた時に疑問を感じる。一つの例であるが、色々な商品が工夫されて販売され、消費者や被害者救済に役立っているとは思いますが、本来目指したものとなっているかどうかは、個社だけでなく業界として検証する場を設けるべきではないか。

(有識者委員)

今の指摘は大変重要である。わかりやすい約款、募集文書とは少し異質なもので、商品コンセプトがそもそもわかりにくいのではないかと指摘であるが、この点はまた別途議論するのにふさわしいテーマだと思う。

約款がわかりにくいという部分については、保険の場合、わかりやすい約款をどこまで実現できるのかという問題であるが、賠償責任保険の場合、第三者との関係があるので、法律的な要素もあり、文章レベルで易しくすることには一定の限度があると思う。極端にわかりやすくしていくと、文章が長くなり、併せて説明も長くなってしまいうことから、約款に全てを頼ることは難しくなるのではないか。その代わりとしてパンフレットや重要事項説明書等でわかりやすくするという流れになっているのではないかと思う。

保険の約款は、テレビ等の取扱説明書とは大きく性質が違うものである。つまり、保険商品の設計図そのものに近い。テレビを買った際に回路図がわからないからもっとわかりやすく書いてほしいということにはならず、使い方についてもっと易しくしてほしいというのがニーズなのだと思う。そうすると保険の約款を普通の売買に伴う約款と同じレベルま

でわかりやすくするところまで要求する必要はないのではないかと感じる。むしろ約款以外の文書において、重要なことがしっかりとわかりやすく書かれていればいいのではないか。

理解できる人がいれば理解できるということがしっかりと担保できており、重要なことが漏れなく記載されていればいいのではないか。

(有識者委員)

テレビは映ればそれでいいが、保険において目に見えるのは約款であり、それが商品そのものである。中学生でもわかるようにするのは非常に難しく、無理だと思っている。しかし、大人である自分が一生懸命読んでもわからないような文章が現実にはある。重要事項説明書等があり、そこがわかりやすくなればいいのではないかという意見があった。そのとおりであると思うが、それができていない。元々、契約概要は A3 表裏 1 枚に収めることになっていたが、それが段々分厚くなっていった。なぜそうなったかという、本体である約款というか、商品内容がわかりにくいからである。重要事項説明書をわかりやすくして読んでもらうためには、本体である約款をわかりやすくするしかない。約款は商品そのものなので、いざ事故が起きたときに約款を読めば、保険金請求が可能であるか否かがはっきりわかるようにならなければならない。

(有識者委員)

約款がわかりにくいという面もあると思うが、むしろ特約をはじめとして商品があまりにも多様化しすぎており、その組み合わせで契約していることに起因したわかりにくさかなり大きいと思う。特約を全てなくして商品をシンプルにすれば、わかりやすくなると思うが、他方で様々な損害もカバーしてほしいというニーズもあるため、商品が多様化している。

今回一連の流れにおいて特約を整理したため、商品のわかりやすさにつながっていると思うが、さらに特約を絞るなどもっと単純化することがいいのかという点では、多様な商品とわかりやすい約款がどのようにうまく両立するのかというところが問題である。

(業界委員)

保険商品の多様化というところを含めて、保険は、保険会社と契約者の情報格差が極めて大きいサービスである。契約者保護の観点からは、情報の格差を埋める方策を考えなければならない。これを埋めるための主体は3つある。一つは保険会社の努力、もう一つは保険契約者の自助努力、実はもう一つ非常に大きいのは行政の対応である。行政の対応はさらに2つに分かれ、一つは保険事業の監督を通じた対応、もう一つは消費者の自助努力を大きくするための消費者行政対応である。

約款の問題は、保険会社が自ら行う対応のところに該当する。保険のコンセプトに関する部分は、監督者の判断に属する。各社の約款がバラバラであることが行政的に監督者として好ましくないということであれば、かつてのように算定会制度を通じて単一の約款、料率にすることもありうる。それが、むしろ消費者にとって不便であるということであれば、保険会社の自由に任せてバラバラにすることもありうる。それらは全て保険監督者のスタンスの問題である。

一方で、約款の簡素化は保険会社の問題である。かつて 1980 年代初めにアメリカでプレインイングリッシュ運動というものがあつた。その当時、各社が行つたことをイメージだけで英語でいうと、それまでの約款は「the insurance company should indemnify to the insured」となつていたのが、プレインイングリッシュ運動で「we will pay for you」となつた。しかし、「we will pay for you」とした時点で、「『we』 means ~」のように定義をする必要が出てきた。なぜならば、約款解釈においては歴史的・学問的領域があり、そういうものが約款に入っている限りにおいては、簡素化は消費者対応の一環としてはニーズがあつて、保険会社が努力をしても、簡素化すればするほど分量が増えてしまうのは、どうしようもない現実である。そのバランスは、監督の世界で管理する以外にうまい解決方法はない。結論としては、会社も努力するし、契約者も努力をするが、最後のところは監督者がどのように対応していくかを抜きにしてはこの議論は前に進まないと考える。

(業界委員)

わかりやすさの追求は当然のことながら必要だと考える。パンフレットや重要事項説明といった伝えるための手段については、伝えることが目的であるので、わかりやすくしなければならないのは当たり前のことである。まさにこの会議もそうだが、保険金の不払いの問題を機に、保険を契約者に理解していただきたいというのが基本的な姿勢となつた。一方、理解してもらうためには相手側がいることもあり、冒頭にご指摘いただいた消費者教育についても前途遼遠ではあるが、続けていく必要がある。

(有識者委員)

わかりやすさには二つの意味があると思う。一つは、文章が日本語として曖昧ではないという意味でのわかりやすさ、もう一つは、自分の損害が保険でカバーされるかどうかという視点でのわかりやすさである。

(有識者委員)

その二つは並存するのではないかと思っている。

(業界委員)

従来のパンフレットでは、保険種目毎に内容を説明していた。しかし、今では、こんな事故があつたときにどうなるのかという視点で作っている。自分にとってどうなのかという視点で作っている。

(有識者委員)

一連の取り組み前のパンフレットは、はじめに保険の話ではなく、オプションの説明があつた。これは乗合代理店が説明時に、その会社の特徴を説明するためのものであつたと思う。それが保険の内容を説明するものになつた。それは非常にいいことだと思う。しかし、損害保険、特に自動車保険の約款は、内容や担保範囲が複雑で表現が非常にわかりづらい。その点について、各社に努力をしてもらうのは当たり前だと思っているが、足踏みをしたままになつていると思う。業界団体がツアーコンダクターの役割を果たしてもらうことについて賛同いただければ、内容に踏み込んで、何らかシンプルな保険約款を検討し

てもらってはどうか。

実際にトラブルの事案を見ていると、保険金の支払いに関するものがほとんどであり、結局はこの内容に行き着くため、コンセプトの問題なのか表現の問題なのかはあるにしても、約款にわかりやすく書いていればトラブルは減ると考える。

(有識者委員)

約款の何条何項をわかりやすくするという前提はあるものの、約款のどこを見れば、自分の事故について保険金の支払対象かどうかわかるということか。

(有識者委員)

それは保険会社に聞けばわかることであるが、記載箇所を聞いてそこを読んでも、自分の事故が保険金の支払対象になるかどうかはわからない。

(有識者委員)

本件については、また別途議論したい。

以 上