

第4回「保険商品の比較に関する自由討論会」の主な意見

1. 比較情報の提供主体について 販売者が比較情報を提供

発言者	発言内容（要旨）
仲立人	<ul style="list-style-type: none"> ・ 仲立人は消費者と契約をし、比較を行って、誠実義務がありベストなものを提供する仕組みとなっているので、仲立人が比較の主体になるべきだと考えている。 ・ ただし消費者のニーズは多様化しているため、その多様化に応じて消費者が選択肢を持つことが重要であり、どの主体がよいというようなオールオアナッシングではない。 ・ 制度上仲立人と乗合代理店との棲み分けが曖昧で消費者に誤解を与える要因となっているので、英国のように制度上明確な棲み分けを行う方が消費者保護に繋がる。欧米、アジアではブローカーがメインプレーヤーという実態が実証しているように、ブローカー機能は消費者にも保険会社にもメリットをもたらす。 ・ ブローカーは保険会社や代理店と対立する存在ではない。保険業界の発展のために共に力を合わせて尽力して行きたい。
仲立人	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保険仲立人は自己の判断で顧客のために比較情報を提供して、その情報が間違えていて消費者に損害を与えた場合には自己の保証金や賠償責任保険にてその損害を担保します。それに対し乗合代理店は保険業法上は保険会社が責任を担保する事となっていますが、免責事項がある以上、消費者は守られているわけではないのです。そこで乗合代理店に対しても誠実義務や保証金制度を義務付けする事により、消費者に対する責任能力を持たせる必要があると思います。もしそれが法律上難しいのであれば、4社以上の保険会社商品を取扱う乗合代理店は保険仲立人になるよう義務付けすべきである。
学識者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 販売者が比較情報を提供する主体としての適性は、監督が及んでいる点では一応前提条件をクリアしているが、現行法令、監督指針の解釈論としては、極めて詳細な比較をしないと、消費者に誤解を与える恐れが生じるので、なかなか現実問題として比較の提供主体とはならないと思う。
代理店	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保険商品をどのように消費者に理解してもらうか、流通させていくかを考えると、販売者であれば誰が比較をしてもよいと考える。そのうえで消費者の方も、自己責任で誰に任せるのかを考えていただきたい。 ・ 乗合代理店も、ある意味、保険会社の代理でありながらも、機能としてはベストアドバイスをを行っている。
代理店	<ul style="list-style-type: none"> ・ 販売チャネルの特性についてわかりやすく説明しないのは、契約者の不利益につながる。契約者のために商品の比較だけではなく、販売チャネルの比較も行うのが一番理想的である。
代理店	<ul style="list-style-type: none"> ・ どの段階で比較が行われるのかは、販売・勧誘のあり方に関する検討チームの最終報告でも第1フェーズ、第2フェーズについて述べられているが、代理店が介在する場合は、第1フェーズに先立ち、お客さまのリスクの把握、ニーズの感知・認識というプロセスがあり、商品ありきの提供ではない。そのようにして提供した商品が市場においてどの程度の位置づけ、価格帯であるのかの情報を消費者に提供したい。第2フェーズでは、先に提供した情報の正しさを（お客さまが）確認する意味からも第三者機関での情報提供が望ましいと思う。
消費者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者は、保険仲立人に接触する機会があまりない。 ・ 保険はとて難しくて分かりにくく、消費者がよく理解できるまでの説明が残念ながらなされてこなかった。また、保険事故が起きるまでは、説明が間違っていたのか正しかったのか、商品が自分に合っていたのかさえも分らない。そのような中で消費者は自分で理解して、自分に合うものを選択して買わなければならない。

	・それぞれの販売者が情報を提供してくれるのも結構だが、それ以前に、第三者から、バイアスのかかっていない広い意味の比較情報の提供が欲しい。
仲立人	・仲立人の制度は消費者保護を先取りした良くてきた制度だが、代理店であっても何ら制約なく類似の業務が自由にできる状況の中ではなかなか増えない。日本のマーケットの健全な発展のためにも、仲立人を積極的に育てていく工夫が必要なのではないか。

1. 比較情報の提供主体について 第三者が比較情報を提供

発言者	発言内容(要旨)
学識者	・協会は任意団体であり、会員の保険会社が資金を出しているの、中立であるとは言えないため、協会では比較はなかなか難しい。ただし、役割分担は考えるべきで、消費者に、どの会社になんか商品があるかを紹介し、その先は各社、あるいは消費者の自己責任で行うべき。現行法の建て付けの整理では協会としての役割はその程度までである。
消費者	・保険商品は大変特殊な商品であり、消費者がどこを信頼するか、何をメルクマールにして選択するかを考えると、業界団体はある程度信用しており、業界団体に比較の主体として付託をせざるを得ないと考えている。
消費者	・商品があるがままに伝え、入り口ではっきりと比較していただきたい。業界団体であれば、一定の信頼を寄せることができると思うので、今のところは入り口の比較を業界団体でやっていただきたい。
仲立人	・単なる比較情報だけを提供されるだけではなく、比較サイトを運営される方であって、最終的には保険契約を自己の会社の関連代理店にその契約を繋いだり、スポンサーの保険会社に繋ぐのであれば、当然に保険業法の適用を受けるべきである。
消費者	・比較サイトについて、きちんと信頼に耐え得るようなものをやるのであれば、ある程度の商品を全部、バイアスのかかってない方向で見せていただかないと、信頼に耐え得るものにはならないのではないかと。
学識者	・業界団体はなじまないという話をしたが、要は、やるレベルの問題。また、あるがままにバイアスをかけずに比較して欲しいという意見があったが、あるがままに比較すると、実に複雑な比較表ができる。バイアスをかけずに全部を比較するとすると、見る気力も失うような膨大なものができる。バイアスをかけずにあるがままに、かつ、分かりやすくということを両方達成することは技術的に無理である。
保険会社	・消費者が商品を知っているゴルフクラブなどであれば、いい比較が生き残り、悪い比較が淘汰される。保険は基本的に消費者同士の知識がなかなか上がりにくい分だけ、比較が難しい。その比較はおかしいのではないかとと思われるものに対しては厳罰を課するような仕組み、声を大にして排除していくようなシステムが必要である。
比較情報会社	・行政が規制する世界だけではなく、基本的に自己責任である市場規律による世界と、両方あることが大事だと思う。 ・現状ではプランの比較はできても、情報がなさすぎてパーツの比較はできない。料率を含む詳細な商品情報を提供する、あるいは監督官庁など中立な機関が多少加工した情報を提供することになれば、第三者による情報の質が高まり、消費者の利便性を高めることができるのではないかと。
保険会社	・保険会社としては、募集に際しどれだけしっかり説明できるかを気にしており、第三者から比較情報が提供される場合、保険会社が提供した情報がどのように加工されていくのかといった問題や、提供した情報に基づいて利用者に十分、あるいは適切な説明が行われているのかといった問題など、いろいろなハードルがある。 ・もう一つの視点としては、第1フェーズ、第2フェーズで提供する情報の質が違って

	いいのではないかという話もあったが、保険会社が募集を行う上で求められている適切な表示、説明責任ということは、募集行為の途中であれば不十分なものが混入していても、申込までにリカバリーできれば構わないというものではないと考えている。
--	--

2. 比較情報利用時の留意点

発言者	発言内容（要旨）
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 誹謗・中傷防止の観点から、生保労連として比較に対しては慎重な対応をとってきた。 ・ 生命保険は、1年、2年ではなく、長期にわたるものであり、正しく理解いただくということが重要であるので、初期の段階であっても、情報提供には誤解のないように行われるべきと考えている。いったんイメージがつかないと、契約の段階で契約概要や注意喚起情報で詳細の説明を受けても先入観により誤解したまま加入してしまうようなことがないようにしないといけない。生保の募集に関しては、お客さまの誤解をくれぐれも誘引することのないように留意すべきと考える。
消費者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 誤解しやすいものは広告から入る情報であり、それを一掃するためにも比較情報がほしい。消費者側から見ると、情報源の信頼性が重要であり、公正中立な立場は業界団体と考える。三協会が合体した形で業界全体を通じて取り組んでいただきたい。
消費者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保険を途中で変更したくなった場合に、比較情報が必要になる。 ・ 土日に関心を持った保険を買えるような情報開示というのは、比較でもあり、そういう視点で消費者から見えるようなものを出してほしい。垣根があるから情報を出したがないのはわかるが、消費者が自分の生活に合った保険を選択したいという観点を忘れないでつくっていただきたい
事務局	<ul style="list-style-type: none"> ・ さまざまな意見があるので、ある意味ではまとめていくのも大変かもしれないが、そういう意見を踏まえて、我々としては情報環境をなるべくよくするために、何ができるかということを中心に検討して、できることから取り組んでいきたいと考えている。 ・ 消費者の皆様から保険商品の加入に際して商品情報の比較を行いたいというニーズは十分承知しているので、6月に取りまとめる報告書の内容を受け、できることから順次始めていきたいと考えている。
消費者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保険を販売する立場、情報を提供する立場によって、消費者として収集できる情報が違っていているという現状が認識できた。自分で買うための比較情報が欲しい。各社が提供する情報をそのまま見ても分らないので、消費者としてどういうところに注意すべきなのか、商品のどこに違いがあるのかということを知りたい。各社でそのようなことを行うのは難しいと思うので、業界団体に、ぜひこういった点が違うという点をわかりやすく説明いただけるような媒体なり、情報を提供いただきたい。
学識者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 共済関係もきっちり検討する必要がある。また、長期保険や医療保険は事後救済が困難であるため、生保、損保ということではなく、商品特性等を踏まえて検討していった方がよい。

3. ホームページに寄せられた意見

発言者	発言内容（要旨）
代理店	<ul style="list-style-type: none"> ・ (比較が事実上できない)現状のままでは、契約者が不利益を被るおそれがある。 ・ 一般の契約者からは、現状の比較禁止の意味が不明で、業界保護の視点、あるいは保険会社のエゴ程度の理解しかしてもらえない。 ・ 約款上の比較だけでは契約者側の理解が得られる事は難しく、契約者の背景を理解した代理店の主観的アドバイスが必要であり、それが出来ないのは問題である。
仲立人	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「消費者保護の観点から比較情報の提供主体はどのようなものが望ましいか」ということ

	<p>について、私ども保険仲立人が最も優れていると考えている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・保険仲立人だけではなく、乗合代理店にも、誠実義務（ベストアドバイス義務）を課すこと、自己の立場を書面により明確に説明すること、顧客の意向あるいはニーズに合致しているかを確認する書類を作成すること、賠償資力を確保することが必要と考える。
保険会社	<ul style="list-style-type: none"> ・生保商品は、市場ニーズに併せた各社の商品開発競争により、商品内容・担保範囲の多様性・個別性が大きい。資料様式の統一化等は商品開発の制約となるので避けるべき。 ・公正・中立な第三者機関が保険商品を整理・分析し、情報提供を行うのが望ましいかもしれない。しかし、比較項目・内容の取捨選択において、当該機関の価値観が反映し、保険会社による商品開発もその価値観に引き摺られたものにならざるを得ない。また、公正・中立であるがゆえに、保険会社は当該機関の価値観に影響を受けることで、市場ニーズの変化に合わせた商品開発が停滞し、結果健全な保険市場の成長が失われ、消費者利益にも結びつかない懸念がある。
保険会社	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者に対しての情報提供に保険会社として取組んでいかなければならないという点についてはその通りであるが、例えば、商品情報が誰でも自由に加工できる情報として提供された場合には、商品の有利・優良性を過度に強調するなど、消費者が誤解する不公正な比較が行われる懸念もあるのではないかと考える。保険業法による規制がない中、情報提供を検討する際にはその使われ方についても、併せて留意が必要である。

以上