

特集 損保協会 100年のあゆみ

消費者保護の推進 ①

消費者からの信頼回復に向けた取り組み

【第10回】



損保協会作成の記念ロゴ

本特集では、日本損害保険協会が創立100周年にあたり刊行した「日本損害保険協会百年史」をもとに、同協会の歩みを紹介している。第10回の今回は、消費者保護の推進のうち、付随的な保険金の支払い漏れ等の問題と、消費者の信頼回復に向けた同協会の取り組みについて簡単に振り返る。

1. 消費者保護の潮流とコンプライアンスの展開

1998年の金融監督庁(2000年7月1日に金融庁に改組)の設置に伴い、民間金融機関にかかる検査・監督業務が大蔵省から移管され、明確なルールに基づく公正な審査が求められるようになった。1999年以降、各金融機関に対して行政処分が実施されたが、「法令等遵守体制の整備・充実」等、いずれもコンプライアンスに関する態勢が求められた。

2. 付随的な保険金の支払い漏れ問題等

改正保険業法(1996年4月1日施行)に続く金融ビッグバンや日米保険協議の決着を受け、本格的な規制緩和と自由化の時代が到来し、外資系・ダイレクト系保険会社を含む新規市場参入者の登場や、リスク細分化自動車保険の発売等につながった。

これにより保険契約者にとっては選択肢が増えた反面、保険商品が複雑化し、付随的な保険金の支払い漏れ等の問題の要因になった。

調査の結果、損害保険会社26社で支払い漏れは約18万件、約84億円に及び、約9割が自動車保険の臨時費用保険金等に関するものであった。

これをを受け、金融庁から当該保険会社に対し経営管理態勢や顧客に対する説明態勢等の業務改善命令が出され、検証の結果、累計で約47万件、約368億円に達した。

損害保険協会では、消費者の信頼を損なうことがないように「保険金の一

部支払漏れについての確認事項」を決議し、システム手当てによるデータチェック機能の整備、定期的なモニタリングの実施や社員教育の強化等による再発防止に向けた態勢を早期に確立することを確認した。

複数の損害保険会社の三分野商品において、本来は発病した時の診察医師の診断書に基づき有無責等を判断するところ、被保険者の申告や最近診察した医師の推測から、保険契約の始期前の発病であると判断して保険金を支払わなかった事案や、過去の病気とは直接関係のない病気による入院により保険金の請求があった場合でも、告知義務違反として保険金を支払わなかった事案等が確認された。

これをを受け、金融庁は、すべての損害保険会社(48社)に対して、三分野商品の保険金支払管理態勢の実態把握および具体的な事案にかかわる検証について報告徴求を行った(2006年7月14日)。

3. 消費者からの信頼回復のための損害保険協会の取り組み

損害保険協会は、一連の問題発生を真摯に受け止め、消費者からの信頼回復のためのさまざまな取り組みを推進した。

損害保険協会は、前述のとおり消費者保護およびコンプライアンスの推進に取り組んできたが、さらに取り組む必要のある課題の一つに消費者への保険に関する教育の充実がある。損害保険の保険商品は多種にわたり、また、保険契約者の希望やリスクも各々人の置かれた状況によって多岐にわたるため、消費者が自己責任に基づく保険の適正な選択ができる環境を整えることは、結果として、消費者保護やお客様満足度の向上にもつながる。

火災保険では、建物の構造(柱・外壁・屋根等)の材質に応じて構造等級が定められており、同じ木造であってもツーバィフォー住宅や外壁の仕様により構造等級が異なるにもかかわらず、構造等級別の判断を誤り、間違った保険料率を適用していたり、保険金額の設定が不適正で超過保険となっていたりにもかかわらず、超過保険部分の保険料を返還していない事案が多く発覚した。

こうした場合、損害保険協会は、火災保険の各種割引や保険金額設定の適正性について保険契約内容の自主調査を実施することとし、各社で取り組んだ結果、会員会社20社で、保険料の誤りが判明した契約件数の累計が約162万件に達し、約399億円の差額保険料を返戻した。

損害保険協会は、高年齢者、社会人、学生、小学生等の階層の特性に応じた損害保険教育、啓発・広報活動を行ってきたが、今後とも継続した取り組みが必要である。

また、さまざまな消費者保護に関する法律の施行、販売チャネル・販売手法の多様化やITの進展に伴う新たなリスクの顕在化など、損害保険業界をめぐる環境の変化に応じた業務品質の向上やコンプライアンス態勢の強化も重要である。

【文責】日本損害保険協会

「消費者の声」諮問会議における主な提言と対応概要

- 1. 損害保険商品の「募集ツールのあり方」に関する提言(2006年10月)
・「損害保険の契約にあたっての手引(バイヤーズガイド)」の改訂(2006年11月)
・「保険金の請求から受け取りまでの手引(保険金請求版バイヤーズガイド)」の策定(2006年12月)
・「募集文書等の表示に係るガイドライン」の策定(2006年12月)等
2. 「募集人全体の資質向上」に関する提言(2006年12月)
・募集人試験のレベルアップ(2007年10月)
・募集人試験の更新制度の実施(2008年6月)
・保険商品教育制度の実施(2008年11月)
・損害保険募集人一般試験の導入(2011年10月)等
3. 「保険商品(約款)の分かりやすさ」に関する提言(2007年3月)
・「保険約款のわかりやすさ向上ガイドライン」の策定(2008年3月)
・「保険約款および募集文書等の用語に関するガイドライン」の策定(2008年6月)等
4. 「消費者の声をよりよくお聴きするために」に関する提言(2007年6月)
・消費者の声を基点に業務改善に結び付けるPDCAサイクルの構築(2007年10月)

改正保険業法(1996年4月1日施行)に続く金融ビッグバンや日米保険協議の決着を受け、本格的な規制緩和と自由化の時代が到来し、外資系・ダイレクト系保険会社を含む新規市場参入者の登場や、リスク細分化自動車保険の発売等につながった。これにより保険契約者にとっては選択肢が増えた反面、保険商品が複雑化し、付随的な保険金の支払い漏れ等の問題の要因になった。

これをを受け、金融庁から当該保険会社に対し経営管理態勢や顧客に対する説明態勢等の業務改善命令が出され、検証の結果、累計で約47万件、約368億円に達した。損害保険協会では、消費者の信頼を損なうことがないように「保険金の一

部支払漏れについての確認事項」を決議し、システム手当てによるデータチェック機能の整備、定期的なモニタリングの実施や社員教育の強化等による再発防止に向けた態勢を早期に確立することを確認した。

損害保険協会は、一連の問題発生を真摯に受け止め、消費者からの信頼回復のためのさまざまな取り組みを推進した。損害保険協会は、前述のとおり消費者保護およびコンプライアンスの推進に取り組んできたが、さらに取り組む必要のある課題の一つに消費者への保険に関する教育の充実がある。損害保険の保険商品は多種にわたり、また、保険契約者の希望やリスクも各々人の置かれた状況によって多岐にわたるため、消費者が自己責任に基づく保険の適正な選択ができる環境を整えることは、結果として、消費者保護やお客様満足度の向上にもつながる。