

第4回「消費者の声」諮問会議議事録

「消費者の声」諮問会議

日 時 2007年3月1日(木)8:10~10:10

場 所 損保会館16階 理事会室

出席者 外部有識者委員：松本委員(議長) 原委員(議長代理) 丹野委員、八代委員、
山田委員

業界側委員：石原委員(協会長) 半田委員(専務理事)

吉田委員(常務理事)

オブザーバー：日本損害保険代理業協会 荻野会長

欠席者 なし

1. 開会

松本議長が本会議の開会を宣し、続いて同議長から本日の議事内容について説明があった。

2. 「募集人全体の資質向上」について(報告)

事務局から、前回の諮問会議(2006年12月15日)の提言を受けて、「募集人全体の資質向上に向けて」の検討結果を取りまとめたとして説明があり、意見交換を行った。本件については、席上出された意見等を踏まえ、具体的な検討を進めることとされた。席上出された主な意見等は以下のとおり。

(有識者委員)

全ての商品を募集人試験の対象範囲とするのか。例えば自動車保険と火災保険しか取り扱わない代理店が医療保険まで受験するのといったように、共通科目と専門科目をどのように組み合わせるのかという問題がある。

再受験制度は是非とも実施すべきであるが、不合格者の取扱をどうするかという問題がある。不合格となった場合に即募集人ではなくなるということでは、当該代理店の取扱契約に関し、消費者保護の観点から問題となると考えられるので、例えば補習や再々試験を実施する等、募集人のレベルを引き上げ、維持できるような仕組みを工夫する必要がある。現状において、募集人試験を合格していることが募集人となるための必要条件となっているのか。

(事務局)

保険商品の知識については、標準約款をベースとしたもので損保協会が募集人試験を実施しており、各社別の商品については、各社別試験の中で教育・検証を行っている。

不合格者の取扱いについては、再受験に合格するまで数回の受験を行えるように日程上の配慮を行う等の措置を設ける予定である。

損保協会では合否通知を行っているのみで資格の認定までは行っていない。制度上は、損保協会の試験の状況や各社別の試験なども踏まえて、各社が募集人としての資格があるか否かを判断することになっており、損保協会の試験の合格が募集人となるための制度上の必要条件というわけではない。

(損保委員)

代理店委託契約は各社別に行うものであるため、各社の判断でより厳格にするということはあるが、一方で、あまりにも各社区々になってよいのかという問題もある。最低レベルを決めるのか、標準レベルを決めるのか、加えて医療保険のようなものを別の独立した試験にするのかということも検討する必要がある。その中で、損保協会としてやることと各社がやることとどう連動させるのかという問題もある。

(有識者委員)

再受験制度の実効性をどのように確保するかが重要であり、そのための施策を検討する必要がある。

(有識者委員)

損保協会が再受験制度を設けたとしても、損保協会の会員会社ではない保険会社に所属する代理店がどのように対応するのかという問題もある。

そうしたことから、募集人サイドの再受験についてのインセンティブとして、資格を取得した人に損保協会が認定証のようなものを付与するなど、社会的に認知度を上げる方法も検討する必要がある。

(オブザーバー)

金融庁の「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム」において、募集人の資質向上が極めて重要であるとされ、本諮問会議でも提言をいただき、損保協会において具体的な検討が進められていることは非常に喜ばしい。

募集人に求められる能力は従前とは桁違いに高くなっている。まず募集人試験のレベルアップそのものが大切であるが、これはあくまで初めて募集人となる段階での問題であって、そこからがスタートである。

代理店の実務としては、資格取得後、実務経験を積みながら能力を高めていくので、まず募集人登録後の研修体制をしっかりと作る必要がある。近年の損害保険業界の情勢を考えると、募集人は常に自己研鑽を積まないと追いついていけないというのが現状である。募集人が自ら自己研鑽に励んでいくことを促す仕組みも必要である。

再受験制度については、募集人が現時点で適正な能力を有しているかを検証するものだが、日本損害保険代理業協会の保険大学には「認定保険代理士」という制度があり、3年ごとに更新講習と確認テストを実施し、保険会社に当該募集人が適切な募集を行っていることを確認した上で資格の更新を行っている。このような人たちにまで、今回の再受験が必要なかと思う。実効性の観点から、実態にあった更新制度にすべきであろう。客観的に見て資質が認められるのであれば、例えば再受験を免除するといった仕組みがあった方が、募集人それぞれが自己研鑽に励むようになるのではないか。

(損保委員)

新商品が出た際には、当然のことながら代理店に講習を行っている。また、昨今では保険金の支払い漏れの問題等が発生しているので、各社は改めて代理店と対話・講習を実施している。

昨今の損保業界では、一般に代理店と保険会社がオンラインで結ばれているので、イー・ラーニングという方法も有効であると思われる。

例えば、医療分野であれば医療に焦点をあてた研修を行い、資格を与えるような制度とすることも考えられる。

(有識者委員)

一部の募集人の不祥事で損害保険業界全体が悪いイメージを受けていることがあるとすれば、損保業界全体として厳しい資格制度を構築する必要があるだろう。これは損保協会が自主的に取り組んでいくべきであるが、そのためには受験者たる募集人へのインセンティブが重要である。きちんと訓練を受けた人や再訓練された人が報われるような仕組みにしなければならない。資格証明や受講証明も必要となる。例えば、不動産を売買する際には証明書を提示した上で重要事項説明を行うが、同様のことを損保業界にも義務付けるといったことが必要ではないか。

認定保険代理士の資格を持っているような人は研修を免除するといった多様な仕組みも必要である。なお、自動車保険と火災保険は必須でよいと思うが、医療保険はかなり複雑なので、上乘せ資格とするような制度を損保協会が作ることも考えられる。

再受験を義務付けるかの判断は各社の責任だが、各社毎に行うと質の保証が出来ないため、様々なオプションを損保協会として用意する必要がある。

初めて募集人になるときに試験を受けても日進月歩で変わっていく情勢にどう対応するかという問題があるので、例えば証明書に取得年を明示したり、3年以内に資格を取った人には違う色の証明書を出すといったように、募集人が最新の資格を持っているかを消費者が確認できる仕組みとすることが必要である。

差異化を図るという趣旨から、公的資格（名称独占）にすることを検討することも重要である。損保協会としてイニシアティブを強く発揮していただきたい。

(有識者委員)

消費者サイドから見て代理店を選ぶメルクマールが必要である。認定マークのような分かりやすい仕組みが求められる。

再受験のサイクルは短期で設定すべきである。更新期間が5年間では、金融関係の法律や政省令の変化に追いついていくことは難しいのではないか。

(有識者委員)

認定保険代理士の資格が機能していけば、その資格証明書を確認することにより消費者から信頼を得られ、募集人の質の違いを制度的に示せるのではないか。

(オブザーバー)

認定保険代理士の存在をもっと社会に認知してもらう必要がある。広報活動や代理士自身がそういった認識を持って消費者に資格の説明をすることにより、認知度を向上させていきたい。

販売委託のあり方も大切な問題である。一般的には、大衆保険分野については全商品を委託されることが多い。資格があるからといって全ての商品を委託するのではなく、代理店の特性や能力に合った商品委託を行うべきである。

(損保委員)

委託は代理店単位であるのに対し、募集人の資格は個人単位であるという面もあるので、勉強してより広い知識を身につけようという募集人が、所属する代理店の委託種目が限定されてしまうことによって影響を受けることは問題がある。

商品自体を簡素化して分かりやすくする必要はあるが、一方で、お客様のニーズは様々であるので、商品構成や商品の変遷と資格制度を適切にリンクさせる必要がある。この点を踏まえて再受験のサイクルを検討していきたい。

(有識者委員)

自動車販売など様々な販売形態の中で保険販売を付随業務として行っている。募集人の質の確保という点で、これも大きな問題ではないか。

(有識者委員)

最近の商品は複雑で、代理店から何十年も代理店をやっているが、最近の商品は自分たちも理解できていない商品になっているとの意見を聞いた。代理店から商品を簡素化すべきと言っても保険会社が耳を傾けなかったとの声も聞いた。また、生命保険業界では、営業職員や代理店にその商品のポイントや販売する際の説明方法等について詳細に説明

が行われているのに対し、損保業界では従来そのようなことが行われてこなかったと。損保が顧客を個々の消費者ではなく、代理店までしか射程にしていなかった証拠のような話と思う。

(有識者委員)

ホテルなどの評価に用いられているミシュラン方式を取り入れてはどうか。商品知識のある人が代理店に行って、覆面でお客様の立場から質問し、相手がどの程度分かっているかをチェックするというものであるが、そのようなことが行われると周知されているだけでも牽制効果が働き、代理店の姿勢も変わってくるのではないか。

3. 「募集コンプライアンスガイド」(案)について(報告)

事務局から、「募集コンプライアンスガイド」(案)について、前回の諮問会議での意見を踏まえ、内容を一部修正した旨、説明があり、意見交換を行った。本件については、今後の公表に向けて、席上出された意見を可能な限り反映して対応することとされた。席上出された主な意見等は次のとおり。

(有識者委員)

金融商品販売法の改正により、勧誘方針については「顧客の知識、経験および財産状況」に加え「目的」も考慮して説明するとされていることから、適合性原則にかかる記載部分には「目的」も追記していただきたい。

(有識者委員)

本ガイドの記載事項が募集人試験に合格するために必須となる事項であるとの前提で考えると、代理店や募集人から見てガイドが理解しやすいものとなっているかといった観点での検討も必要である。

(オブザーバー)

各社の規定が区々で、運用面での統制が取れていない面があった。保険大学の課程においてもコンプライアンスは重要なカリキュラムであるが、各社ごとに規定が異なっているとやりにくいので、損保業界としての標準を整えてほしいとの要望を行ってきた。

このようなガイドラインが協会で作成されることは非常に歓迎しているが、各社の足並みが揃うのかといった心配がある。損保協会の自主規制機関化といったことの是非も含めて検討していくことも将来的には必要ではないか。

このガイドの中で「従業員全員の募集人届出のお勧め」という記載があるが、資質の向上は抜きにして、募集人の登録さえしておけばよいと誤解される可能性もあり、留意が必要であろう。

(損保委員)

損保業界の置かれた現下の情勢を踏まえ、信頼回復に向けた取組みを加速させていく必要があるとの共通認識から、様々な取組みの一つひとつについて、損保協会の理事会で決議し、その上で対外発表しているものである。いわば、このガイドもそうした損保業界としての1つの宣言であるので、ばらつきがないように、最低レベルを確保したうえで、各社一層の創意工夫を凝らしていくことになればよいと思う。

(有識者委員)

本ガイドは募集人や代理店向けに作成されているが、同様の内容で保険会社の社内でも研修を実施することが有効であろう。

(有識者委員)

重要事項説明(契約概要、注意喚起情報)の部分において、重要事項説明書を手交する場合のトーク例のみが記載されている。重要事項の内容を説明する際のトーク例が記載されていないと、契約概要、注意喚起情報は手交しさえすればよいと捉えられるおそれがあるし、代理店においてはトーク例の部分に力を入れて読むことが想定されるので、内容を説明する際のトーク例も記載してはどうか。また、意向確認書を手交する部分に意向確認書についての記載がないので記載してはどうか。

前回の論議を踏まえ、トラブル事例が記載されているが、トラブル事例については具体的に詳細な記載がなされている一方で、これに対する募集人の取るべき行動はかなり総論的な内容となっている。募集人の取るべき行動についても具体的な形で記載すべき。

4 . 「 保険商品 (約款) のわかりやすさについて 」 (審議)

事務局から、「 保険商品 (約款) の分かりやすさ 」に関し、現状の問題点および損保協会に寄せられた消費者の声等について説明があり、審議の結果、消費者にとって、よりわかりやすく、保険商品を理解したうえで、安心して保険契約を行うことができるよう、保険商品 (約款) の分かりやすさの向上に向けて具体的な検討を行うことが適当であること、その上で、例えば、ごく一部のモラルリスクの排除を目的とした免責条項に係る規定のあり方や約款交付のあり方など、約款そのもののあり方についてもあわせて検討を行うことが適当である旨、理事会に提言を行うこととされた。席上出された主な意見等は以下のとおり。

(有識者委員)

約款の難しさは、字が小さいとか法律用語が分からないというようなことだけでなく、消費者の常識と異なっている面が大きいことが問題ではないか。

例えば通知義務について言えば、保険契約自体を侵害するような重大な通知義務違反であるか否かに関わらず、通知をしなければ一律に保険金が支払われないというのはイギリスなどにおけるコモン・ローの精神に反する。仮に高価な車に買い換えたのに通知しなければ物損の補償は、古い車の価値に応じて支払うべきであるし、対人賠償であれば古い車でも新しい車でも同じなので全額を支払うべきである。要するに通知義務違反をしたことによって保険会社が保険数理的に損をする場合においては、消費者が不利益を被るのは已むを得ないが、そうでない場合は、一定額の保険料を支払っているのだから、形式的な通知義務違反があっても合理的な範囲で対応するというのがひとつのコモン・ローの考え方である。通知の有無だけによって保険契約全体が無効になり、著しく消費者が損をするというのは、どんなに明確に保険約款に書いてあったとしても消費者からは納得されない。

(有識者委員)

消費者の常識とかなり乖離している部分がまず問題であるという点については共感できる。約款については、文字が小さいとか用語が難しいなど、技術的だが解決されていない問題が従前からあるが、その他にも交付時期の問題がある。

消費者にとって保険で一番関心があるのは、自分が契約している保険は、どのような場合に支払われるのか、あるいは支払われないのかという問題に尽きると思うが、そうした点の約款の規定振りが迷路のようで大変わかりにくい。

損保業界でも約款を何とかしなければならぬことは今までにも十分に承知されていたにもかかわらず、実務的に容易でないということから、なかなか見直しがなされていない現状がある。約款は難しいものと聖域のようにして来た向きがある。消費者にとっては理解できない約款を後から渡されて、しかもそれで保険金が支払われたり支払われなかったりする、消費者の合理的な期待とずれているから問題となる。

保険商品を簡単にして、支払う場合と支払わない場合を明確にし、それが消費者が普通に考えて期待する、そういう合理的な期待に添うものにすべきである。

約款の分かりにくさの見直しについては、国民生活審議会において昭和 59 年から指摘されている。事故が起きたら約款のとおり承諾したと扱われる附合契約であるのに、契約当事者である消費者が理解できないものであること、が問題である。せめて支払いの部分については消費者サイドの声を聞いて、消費者が理解できるようなものにする必要がある。保険契約は附合契約であり、保険会社が作ったものを消費者が受け入れるか否かの選択肢しかないという面があるのはそのとおり確かだが、たとえば建物の火災保険、自動車保険などモノ保険については入らないという選択ができないわけで、せめて普通保険約款の、少なくとも給付部分については消費者が理解できるようなものとする必要がある。消費者の声を聞く必要がある。

(有識者委員)

70年代の国民生活審議会における論議から30年経って、ようやく約款の問題が正面から取り上げられたことは評価したい。約款については、わかりやすさだけでなく、交付時期の問題などを含め、約款のあり方全体について検討を始めていただきたい。

本諮問会議では、毎回形あるアウトプットを出していくことを目指しているので具体的な内容は今後検討するという前提ではあるが、ぜひ検討の場を設け、実現を図っていただきたい。

消費者から見ると、約款を渡されたことをもって説明されたという構成になっていること、トラブルになった際に約款を根拠に説明されても、そのような前提での理解がなされていないことについて、強い問題意識を持っている。これでは約款の本来の意味を果たしていない。

約款を読むと、支払われない場合の事項が多く記載されているという印象を受ける一方で、リーフレットやパンフレット、契約のしおりでは支払うという文言が多く記載されており、ここにはかなりのギャップがある。

また、約款は保険会社のために書かれているという印象が強い。わかりにくさに加え、商品の本当の説明になっているのかという観点で、大掛かりな仕組みを変更する必要があるのではないか。

(有識者委員)

損害保険会社の約款は、通常、申込書を出して契約を締結し、保険料を支払った後、保険証券とともに送付されているが、事前に交付すべきであると十数年来申し上げているところである。

損害保険の商品内容は究極のところ約款であるにもかかわらず、なぜ事前に交付しないのか。投資信託では、有価証券報告書、約款、その他のものをあわせ目論見書が作成されている。これは投信法の中で、「事前にまたは同時に渡すこと」とされているからである。生命保険業界では以前に問題となった経緯があり、現在は申込書を顧客に書いてもらう時点までに約款も渡すこととなっている。

(有識者委員)

募集人が商品を説明する際に約款がないというのはおかしい。約款は用意されているが、それで説明するのはなかなか難しいから、支払われないケースや保険料など、消費者にとって一番関心がある部分を抜き出し、約款の根拠条文を示したパンフレットを使用して説明を行うべきである。

勝手な解釈ができないように約款が難しくなっているのはわかるが、消費者が契約する前に疑問に感じた部分や解決しておきたい部分を相談できるような仕組みを作る必要がある。そのような体制が構築できていれば、保険会社としてある程度の説明責任を果たしたと言えるのではないか。

(有識者委員)

約款を自社のホームページに掲載し、常時閲覧が可能な状態にし、疑問点についてフリーダイヤルで問い合わせることができるという仕組みも検討してはどうか。実際に約款をホームページに掲載しているところもある。

(損保委員)

約款をホームページに掲載することは全く問題ない。問題は、その中でどのような保険を付けるかというご案内になる。約款を具体的な形で表現したものがパンフレットであり、契約の内容である。その中で重要事項説明があり、今度は意向確認も行う。

募集人に聞いても納得できないようなこと等については、各社のコールセンターや照会先がある。損保協会にも「そんがい保険相談室」があり、回線を増強して対応している。一方で、我々が約款理解の促進に向けた努力を怠ってきたことは否めない面もあると思うので、原点に立ち返って対応していきたい。その中で、損保協会が果たすべき役割も多いと思うし、今回作成したバイヤーズガイドも、まさに消費者の方々に保険を理解いただくという土壌の上に立って作成したものであるし、再受験制度も同様の観点から検討したものである。

(有識者委員)

交付時期の論議をすると、事前に約款を渡しても読まないという話が必ず出るが、それは本末転倒であり、違う土俵での話である。消費者サイドから見れば、契約する前に説明を受けなかったとの抗弁が成り立ってしまう。保険会社として、約款を手交済みであると言える方がよいのではないか。消費者も事前に交付されれば、疑問点等について確認することができる。

(オブザーバー)

約款の問題も「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム」において論議されたが、お客様がどれだけ理解・納得していただけるかが基本である。約款だけで説明しようと思ったら相当の時間がかかってしまい、また有効な理解を得ることは現実的ではないという面もある。また、損保の商品の場合には、即時に契約したいというニーズも高い。簡素化してもしっかり理解していただけるような工夫が必要であるとの論議から契約概要や注意喚起情報が作成されることとなった。

約款のわかりやすさを追求することは重要であるが、一方で、わかりやすいことがよい商品であるとは限らない部分もある。多少難しさがあっても、それをしっかり代理店がカバーする、そのための募集人の資質向上は極めて重要である。

消費者の方々に約款を勉強していただくことも必要であるが、約款そのものをわかりや

すくすることには限界があるので、例えば約款の解説書などが作成されれば有効的ではないか。

(損保委員)

保険契約法の改正の問題もあるので、そのような観点も踏まえながら検討していく必要がある。

5 . その他 (報告)

(1) 事務局から、次の事項について、報告があった。

ア . 信頼回復に向けた損保協会の活動に係るホームページの更新内容

イ . 火災保険等の引受適正性に係る自主調査の概要

ウ . 国民生活センターから要望があった「医療保険に関する消費者トラブルの防止について」および「保険調査における病院等からの個人情報の取得をめぐる問題について」に係る対応

エ . 「損保協会 お客様の声レポート (第三四半期受付分)」の改定内容

(2) 事務局から、現在、第三分野商品に係るガイドラインの作成を進めており、必要に応じて、個別に各委員の意見を伺いながら進めていく旨報告があった。

(3) 保険金の支払漏れ等について

委員から、保険金の支払漏れ等に係る対応について、以下のとおり意見があった。

(有識者委員)

保険金の支払漏れについて、3月から4月にかけて、各社、金融庁に調査結果の報告を行うと思うが、調査結果については適宜開示していただきたい。

以 上