

第6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9月12日(月)8:10~10:00

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、
業界側委員:江頭委員(協会長) 半田委員(専務理事)
吉田委員(常務理事)

欠席者:古賀委員

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. 「過去1年間の取組状況および検討中の事項、今後の課題」について(審議)

事務局から、「過去1年間の損保協会の取組状況及び検討中の事項、今後の課題」について説明があり、審議の結果、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)

募集人試験について3点質問したい。1点目は、再受験の仕組みについてである。募集人が、試験に不合格になり仕事ができなくなると、募集人自身や、また契約者も困るため、試験に不合格になった人への対応を考えてもらいたいと、以前に発言したことがある。今回の説明では、再受験により不合格になった募集人は、講習と講習の最後に確認テストを受けることとなっているが、確認テストで不合格になった人はどうなるのか。その先が考えられていないのではないかと。本来であれば、テストを再受験して合格してもらうのが原則ではないか。

2点目は、試験への参加は自由としているが、実際何割ぐらいの会社がこの制度を利用するのか、ある程度目安は立てていると思うが、例えば利用会社が3割では機能しないと思う。

3点目は、共通専門試験についてである。第三分野商品に関わるものと、第三分野商品以外のものとに分けており、各社の商品にばらつきがあるため、難しいという整理をしているが、第三分野商品は消費者トラブル・苦情が大変多いので、各社の商品性のバラツキを理由に難しいということであれば検討が不十分であると思う。第三分野商品以外で言えば、建物の構造級別の判定がしっかりできているのか疑問に思うところである。両方とも消費者との接点を考えると重要なところであるため、早急に具体化してほしい。

(事務局)

再受験で不合格になった人への対応として、確認テストを行う予定であるが、確認テストで不合格になった場合の対応については、現在継続検討になっており、今後詰めていく予定である。基本的には、試験に合格してもらうことを大原則に考えている。

また、不合格になって講習を受ける際に、講習料を徴収することとしているが、その金額は、若干ペナルティ的な要素を考慮し、高めに設定しようと考えている。

現在の募集人試験は、独禁法との関係で、参加希望会社を募るという方法にしているが、実際はすべての損害保険会社に参加してもらっている。これから導入される、再受験制度も、引き続き100%の参加を目指したい。

共通専門試験の実現は難しいと説明したが、例えば、第三分野については、商品そのものの試験というのは確かに難しいが、その商品の前提として、医療知識などは、独禁法とは関係なくできる。例えば、損害保険業界では、交通事故を対応しているので、外傷医療は詳しいが、疾病医療はあまり詳しくない。よって、医療知識に対する何らかのテストは考えたい。

火災保険の構造級別についても、今後考えていきたい。

(有識者委員)

募集人の資質の向上については、レベル感で言うとまだまだであると感じている。消費者側から見れば募集人は試験に受かって登録すればその日からプロであり、消費者にとって格段に知識があるという存在になる。そういう意味からすると、試験を難しくするということになる。

また、共通専門試験制度については、損害保険会社の扱う商品が区々であるため難しいということであるが、消費者にとって試験に合格した募集人はプロであることから、それに耐えられる試験でなくてはならない。

試験を難しくする話の中で、試験時間を短くすることやバイヤーズガイドや募集コンプライアンスガイドを取り入れる話があったが、バイヤーズガイドは消費者側のツールである。それが、募集人の試験に導入されることには違和感がある。そういうことではなくもっとキチンと難しくしてほしい。現実に募集人の説明不足によりトラブルが起きていることがあるので、やはり難しくしなくてはならないと思う。合格率が下がらないのであれば、「難しくしました」と旗を振っているだけになりかねないのではないかと。

共通専門試験制度の導入は、難しいことのようにあるが、これはかなり前に提言をしたと記憶している。目標に到達しないのは何か障害があるのか。それは消費者側から提案をすればその障害が取り除けるものなのか。消費者側としては、「業界としてレベルを上げた。レベルを上げたから今回試験に受かった人はもう大丈夫。しっかりと説明が出来る。」ということを証明できるものがほしい。

(事務局)

合格率については、現在90%程度であるが、今後は80%程度と予測している。ここについてはもっと難しくするという考えもあるが、ステップを踏んで行うことを考えている。問題があれば見直していきたい。

共通専門試験については、現在、再受験制度の構築を優先的に進めており、今後速やかに検討していきたい。

(有識者委員)

募集人試験の出題範囲の拡大に伴い、「損害保険募集人教育テキスト」のページ数が増加しているが、内容を確認すると、コンプライアンス(代理店の日常業務含む)が従来の56ページから88ページに増加している。商品のページについては、若干上積みされているが、全体としてコンプライアンスを充実させている印象を受ける。コンプライアンスはもちろん重要であるが、商品や消費者との契約の部分を拡充することも大切ではないか。

(有識者委員)

損保協会の苦情・相談対応強化の取り組み状況について、ホームページに載せるというのは大変良いことであると思う。また、損保協会としての役割・機能の強化として、損害保険調停委員会の体制を拡充することであるが、調停になるのはこじれた案件であり、その前段階で、消費者の理解が不十分ということがあのようなので、調停で結論を出す前に、誤解を解く方向で検討するほうが良いのではないか。もう少し敷居を低くすることも大切ではないか。

また、「消費者の苦情は宝の山である」と、以前にある経営者が言っていたが、防衛的に対応するのではなく、むしろ積極的にビジネスの拡大に生かす前向きな発想も必要ではないか。こじれる前がむしろ重要である。その点はむしろ、損害保険会社だけではなく損保協会でも考える余地が大きいのではないか。

損保協会が受付けて各社につないで、各社で対応して、各社のホームページ等に結果を載せるということは大切であるが、その時に、損保協会もプロとして、プロの対応をチェックするようなことも大切ではないか。なんとなく消費者が納得したようでも、実はプロからみると、ごまかしがあるような所もあるのではないか。前に他の委員が言っていたことであるが、本当は各社につないだ後に各社ではどんな対応をしたかについて、損保協会を通じて消費者にフィードバックするのが望ましいのではないか。

それが出来ないのであれば、消費者と損保協会の両方にどのような対応をとったのかが分かる仕組みが必要ではないか。そのことが、業界全体として、宝の山である消費者からの苦情、またその対応をどのようにやってきたのかのノウハウを蓄積することになり、損保業界の資質向上につながるひとつのデータになるのではないか。

(事務局)

調停の件数については、2005年12件、2006年17件で徐々に増えてきている。

調停の前段階として、例えば、「あっせん」があるが、「あっせん」でもいろいろな段階がある。

例えば、損保協会が当事者の間に入って答えを導き出すということを指向するのであれば、案件の内容や損害保険会社側の対応などが分かる資料を入手するなどして、間に立たないと上手く行かない。また、弁護士に協力を得られる態勢を整える必要もあり、結局、現在行っている調停と、恐らく同じ機能をもたせなければ上手く機能しないと思う。現在、苦情が2000件あるが、そのすべてが「あっせん」となると、相当なロードを要し、処理するのに時間も要することになる。

また、「あっせん」まで行かないまでも、「あっせんの」なこと、すなわち、もう一步踏み込んで、双方の言い分を聞き、協会がそれを伝えるという方法も考えられる。しかしながら、協会に苦情として申し立てられる案件は、概してこじれている場合が多いので、協会が代弁して解決につながるケースは少ないと思う。さらに不満が増長されることも考えられる。そこをどのように考えるかということであると思う。

ただし、現状から一步踏み込んだ対応が必要であることは十分認識しており、現在、解決が長引いている案件について、損害保険会社へ連絡をすることや、また、損害保険調停委員会を紹介するなどを考えている。

(有識者委員)

損保協会が消費者と損害保険会社との間に入ることで、むしろこじれるということでは少し情けない気がする。調停にまであがるのが十数件あって、相談や苦情として寄せられているのは膨大な量になると思うが、解決に不満だと思っている案件が2,000件~3,000程度あるのではないかと思う。この部分について何とかするのが損保協会であると思う。その機能を果たせるような仕組みにしていくことが重要であると思う。この部分はもう少し検討してほしい。

(事務局)

実態を考えると、契約者からの苦情だけでなく、むしろ交通事故などの被害者からの苦情の方が多い。1つ1つの案件の個別性も極めて強い。そこは損害保険契約の難しさであると思う。現時点では解決への助言をしていくことが、最大限の対応ではあるが、引き続き検討していきたい。

(有識者委員)

損保協会は、改めて相談対応は何のためにしているのかを考える必要があると思う。私

は消費生活センターで15年間相談員をしてきた。一般の消費者は損害保険会社とトラブルになった時には、困った挙句にどこに行ってもいいか分からない。消費生活センターに相談した場合、消費生活センターは違う分野については詳しいが、損害保険についてはあまり詳しくなく、ミスリードする可能性があるため、損保協会の相談室を紹介する。しかし、損保協会の相談員は「あなたの言っていることは良く分かりましたから、損害保険会社から電話をさせるからそれを言いなさい」と、ここまでの助言しかしないのではないかと。これが現状の最大限の対応と思われる。

そのため当該損害保険会社から連絡がきても、既にトラブルになっている訳だから、消費者は知識的に太刀打ちができず、そこで解決できるはずがない。結局、損保協会を紹介されても何の役にも立たないということになる。こういうケースは非常に多いと思う。

そういう意味でも、相談者（クレームは別として）からの相談に対して、プロとしてこれは損害保険会社に伝えた方がいいと思うものがあれば、その点については相談室から損害保険会社に話をするだけでなく、相談者と損害保険会社との間に相談室が入り、回答をすることができれば、お客様の相談室への信頼が高まり、損保協会の信頼が高まり、いずれ業界の信頼が高まるというストーリーになると思う。

それを一番やりやすいのが損保協会の相談室なのではないかと思う。そういう意味では現在踏み込み方が少なく、もっと踏み込めるのではないかと思う。今、説明したことであればあっせん機能という名目・権能を持たなくてもできるのではないかと。損保協会が、損害保険会社とお客様の間を取り持つという図式は、今は事実上難しいかも知れないが、その前の段階まではできないとは思えないので、是非実現させてほしい。

（有識者委員）

苦情・相談処理については、損保協会と協会加盟の損害保険会社との間でどのように連携をとっていくかは大きな課題である。これから1年間、しっかりと議論をしてほしい。この他に、過去1年間振り返ってみて、次の1年間で何を取り上げてやるべきかについてテーマを選定したいと思う。細かい問題というよりは、大枠のテーマについて、提案をしてほしい。

（有識者委員）

「消費者の声」諮問会議を作るきっかけとなった大きな理由は、損害保険会社と消費者の理解に大きな溝があったことだと思う。

そういうことへの対応として、損害保険業界側は、バイヤーズガイド等、様々な形で消費者対応を行って来てはいるが、そういう意味では、消費者教育をもう少し前面に打ち出してはどうか。

お客様が保険をもう少し理解しないと話が前に進まないということであれば、お客様に

保険を理解いただくための消費者教育について検討してみてもどうか。それは、ひとつの大きなテーマになるのではないか。

(有識者委員)

「消費者の声」諮問会議で、苦情処理や保険金の不払い問題等を議論してきたが、「消費者の声」という時に、今ある商品・サービスに対する苦情・リアクションだけでなく、消費者の潜在的な声、こういうサービスがあったら消費者はもっと満足する、幸せになるというのも作り上げていくこともサービス提供側の責任であると思う。

電化製品で言えば、例えば、ソニーのウォークマンは消費者ニーズがあるから作った訳ではなく、メーカーが作ってみたら、その後に爆発的な人気を得たというケースであった。過去日本のメーカーはこのように繰り返してきている。製造業と比べてサービス業が遅れているのはその分野である。どうしても対応が後手になってしまう。

本来あるべきことが上手くいかないことに対する苦情だけでなく、もっと積極的に隠れた消費者のニーズを発掘することも必要ではないか。損害保険業界は、普通の企業と政府との中間領域であって非常に公共的な性格をもっている。そこが弱いから政府が出てきて色々な規制をかけてくるのではないか。

損保協会としては、もっとマーケットの力を活用した公共的なサービス分野へ進む必要があるのではないか。今後1年間の検討においてもこういう分野について、少し議論してはどうかと思う。

少し乱暴なことを言えば、今の社会保険庁の仕事の大部分は、保険会社で十分に出来ることであると思う。年金は生命保険と損害保険のボーダーラインかもしれないが、要するに政府がやっているから極めて非常識なことが起こっている。年金までとは行かなくても例えば労災保険は単純な損害保険の一種であるにもかかわらず、色々な経緯で政府が行っている。

官から民への流れの中で、例えば、犯罪が増えて警官の手が足りないから駐車違反の取締りを民間に開放している事例もある。同じように公務員が本来やるべきことに集中して、民間ができることは民間にという大きな流れがあるので、これに損害保険業界も長い目で見て対応する必要があるのではないか。

今は政府であるが、民間ならもっと上手くできる分野があるはずではないかということも含めて検討し、消費者の潜在的な声に対応することは重要だと思う。こういう会議はこれで終わるわけではなく、発展的に改組すべきだと考えている。次の議論に備えるために「隠れたニーズの発掘」は大切であると考えている。

(有識者委員)

松本議長から説明があった、会員各社との連携、フィードバック機能の強化やコミュニ

ケーションの取り方は引続きの課題ということは同感である。「消費者の声」諮問会議の議事録は、各社のホームページにもリンクが貼られていて読めるようになっているが、ここで話をしたことが反映されているかという点と必ずしもそうではないようである。せっかくの提言なので各社で活かしていただきたい。苦情・相談も含めて協会との連携のあり方を見直してほしいと考えている。

「消費者教育」については本当に重要と考えている。今般、保険法が100年ぶりに改正されるということで、中間試案が出され、パブリックコメントが求められているが、消費者からすると、保険独特の用語とか法律用語があり、なかなか意見は書けないという声が聞こえてくる。しかも、その言葉は約款にそのまま使われている。

例えば、火災保険料の払込過ぎのことや、未成年者に保険をかけることはどうかということ、また、告知義務の妨害等、日常我々が接している問題であっても、専門用語ではうまく理解できない。

多少おこがましいが、消費者に保険についての理解を深めてもらうための教育として、消費者側のレベルアップを図っていく方策を検討してはどうか。損保協会では、バイヤーズガイドを作成しているが大変よくできているので、これはヒット商品と思うが、こういうことを手がかりに進めていただきたい。

「消費者の潜在的な声」を拾う努力について、例えば、今まで11の都道府県でしか行っていなかった懇談会を、47都道府県で実施するとか、消費者団体ともう少し多く懇談会を行うとか、そんぼアドバイザー制度を実施する等の説明があり、今あるツールを拡充するという方向で方策が示されているが、これまでもやってきて成果がさほどあがらなかったのはどうしてなのかをまず分析しなくてはならないと思う。

数を増やせば何か拾えるものがあるということではなくて、苦情や相談で入ってくることや、相談員との話合いで分かってくることと、そんぼアドバイザーからの話で分かってくること、または代理店との話で分かってくることもあるが、これらをキチンと分析しないと、どんなに回数を多くやっても同じであり、得る物がないのではないかと。ぜひ、この点を考えてほしい。

また、これまで諮問会議で矢継ぎ早に多くの提言を出しているが、これが末端まで徹底しているのか。代理店では意向確認書面で大変であると聞かすが、これらが消費者との契約の場面でうまく機能しているかのチェックもお願いしたい。

(有識者委員)

苦情・相談対応については、損保協会や損害保険会社において、それぞれ機能を強化させて、それをいかに連携させるのかが大きな課題である。

消費者教育・消費者啓発も大きな課題と言える。

消費者の潜在的なニーズという点については、言い換えれば、保険商品そのものに対す

る消費者の不満や苦情に還元されるのではないか。

苦情対応だけでなく、もう少し色々な面で損保協会と加盟会社との関係をどう考えるのかも課題ではないか。

過去、諮問会議で提案してきたこと、損保協会としてやろうとしてきたことを各損害保険会社が実際にどのくらい実践できているのかについてのアンケート的なモニタリングが必要ではないか。

本日のこのような意見を踏まえて、今後のテーマとスケジュール等について事務局で整理し、各委員に確認の上、今後具体的な予定を確定させてほしいと思う。

これらの施策を確実に実行させていくことによって、1年後には、業界の信頼回復に向けた一定の道筋ができあがっていくことに期待したい。

3. 「付随的な保険金の支払漏れ・不適切な保険金不払いに係る再発防止策等」について

事務局から、標記に係る現状について席上資料に基づき説明があり、その後意見交換を行った。席上出された主な意見等は以下のとおり。

(有識者委員)

今回の保険金の不払い問題については、消費者側としては、キチンとした最終報告(説明)を受けていないとの印象であるため、まだ終わっていないと感じている。業界としては、金融庁から業務改善命令が出されて、けじめが付いたという意識があるかもしれないが、消費者側としては、何が原因で、どのように改善が図られているのか説明が足りないと思っている。本日取りまとめたものについて、消費者側に情報提供をしていくことも必要ではないか。

どこに問題があったのかと言えば、本日説明があった5つの分野(経営管理態勢、顧客に対する説明態勢、保険金支払態勢、保険金支払部門の組織・要員、商品開発態勢)全てに問題があったということだと思う。それぞれの担当が、日常的にディスカッションを行い、現場の方々が日常的に交流を持てば(おそらく取締役会がそういう位置付けになると思うが)、もう少し対応の仕方や問題点がわかり、不払い問題を防げたのではないかと思う。また、このことが再発防止にも活きるのではないかと思う。

(損保委員)

各社における人事交流は、日常的に行う会社もあれば、そこまでやらなくても意思疎通の良い会社もあると思う。また、会社の権限委譲のあり方によっても異なってくる。例えば、分社化に近いような会社もあれば、文鎮型の権限を維持しているような会社もある。それぞれの組織のあり方によって、情報交換のスタイルも色々あると思う。いずれにしても、それぞれのセクションの持っている問題点を寄せ合って、商品開発なり、支払部門に

存在している問題点なりを議論する場というのは各社それぞれであると思う。最終的には、経営会議ということで、どこの会社も今は信頼回復のため経営レベルでの話でしっかりやっていると思う。むしろ、今後とも同じような問題意識を持ってこのことを継続してやれるのが問題である。

(損保委員)

自分の会社の例で言うと、損害保険会社は自動車、海上、火災保険等、取扱う商品の数が非常に多いため伝統的に組織が縦割りになっている。商品ごとに組織が縦割りで、それに事務部門やシステム部門が付随している。そういう意味では部門間のコミュニケーションが希薄であったことは反省している。

現在は、縦割りの弊害を是正するために「企業品質管理部」という組織を新設しており、今のところはうまく機能している。

(有識者委員)

商品設計、販売、支払が縦割りになっていて、それぞれ升目の中で業務を行っているように思える。

(損保委員)

ただその点については、それぞれに専門性が高いというメリットはある。

(損保委員)

専門性と一般的な業務のマトリックスをどう実現させるかは、まさに、会社の永遠の課題である。保険金の支払は、専門性が必要とされるが、このような専門性を尊ぶのであれば、権限を専門家に一極集中化した方が良いということになる。しかし、専門性のある人ばかりで全てを行うと、支払いの仕方があまりに専門的になりすぎ、お客様の方を向いていないということになりがちになる。そうすると、他の部門、例えば営業から見ると、お客様の立場にたてばおかしく見えることが出てくる。そこで、もう少し権限を分散させた方がよいと言う話になる。そうすると今度はミスが起こってくる。そのミスをどのように減らすのが経営上の課題になる。その中で、それぞれの企業に見合った適正なやり方をその都度検討して選択する。それが上手く機能するように監視し、マネージするのは経営者の役目となるが、今回はそこが不十分であった。

(有識者委員)

消費者は、いわゆる未払い問題、第三分野の問題、超過保険料の問題、生保で言うところの請求漏れの問題、これらは一連のこととして「不払い」として捉えている。超過保険

料の問題も生保の請求漏れ問題も、生保も損保も共済も区別しておらず、みんな一連のことと捉えてしまう。

最初は、派手にバーンと始まって、終わる時は何だか分からないうちに静かに終わる。本来、保険は世の中に派手にパフォーマンスをするものではないため、今回のように派手に騒がれ静かに終わるのが本当は良いのかも知れないが、ある意味、そこでしっかりと終わりましたというだけでなく、こういう形で新しく対応しましたと示すのが一番良いのかもしれない。

そのため、現状を説明し、こちらの分野は終わったので、後は超過保険料の問題が残っている、または、請求漏れ問題が残っているなど、どこで線を引けるかは難しいかも知れないが、そういう整理をするのが良いのかも知れない。

それが終わったら私たち消費者は保険を信用したい。信用したいために、信用させてほしいと言うのは変な言い方かもしれないが、そういうことを一つ一つ対応していき、最終的にこういう形になった、ということを見せるのもひとつのやり方ではないか。

各部署の縦割りの話であるが、今回のことで初めて損害保険会社の人と話す機会を持ったが、本当に消費者が考えていることと損害保険会社の目線はすれ違っているということ色々なところで感じる。「嘘でしょ？」と言いたくなることが実にたくさんある。今回起きたことに対して今後上手く変えていけば、ある時から「損害保険会社って変わったよね、損害保険業界って変わったよね。」と言われるようになるのではないか。

各社の対応は、様々で異なるものだなという感想がある。与えられた課題はひとつであるが、克服の方法は各社各様である。どれが良いのか、どれがベストプラクティスかは分からないが、少なくとも、別のやり方を考えた損害保険会社もあるという情報をフィードバックして、どれがベストプラクティスであったのかを考えるきっかけとしてほしい。

(有識者委員)

不払い・未払い問題に対して、各社が様々な点について発案して取り組みを行っている。その取り組みは一過性のものではなくて、目的がはっきりしているの、それを実現するために絶えず仕組みを見直したり、意識を引き締めたりしながら引続き消費者の信頼を得られるような取り組みを続けてほしい。

4. 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. 適合性原則のテレビ素材・新聞素材について

イ. 「みんなが主役、保険商品の比較に関する自由討論会」について

ウ. 損保協会お客様の声レポート(2006年度総括版)(2007年度第1四半期版)について

(有識者委員)

テレビコマーシャルについて、15秒と短いため止むを得ないが、壇ふみさんが威圧的に登場してくる感じがする。それと、最後に知らせたいことが文字で出てくるが、読み取る時間がない。1秒か2秒ぐらいしかなく、1行読んだところで、すぐに画面がかわってしまう。もう少し工夫をしてほしかった。

損保協会の苦情・相談のレポートを読んだが、対応が遅いというクレームが多い。今回の資料は四半期報告で継続中が多いので止むを得ないと思う。今後は、対応が遅い場合は、途中で損害保険会社がこういう状況にあるのだと、伝えることによってクレームが軽減できるのではないかと。

(有識者委員)

このテレビコマーシャルについては、私にもチェックの依頼があったため、責任を感じながら見させてもらった。感想としてはテレビコマーシャルは難しいということである。テレビコマーシャルで中身を伝えるのは如何に難しいかという典型のようなものである。今回は15秒しかなくて、普通の人は見ても「何？」という感じであると思う。新聞であればキチンと読んで、分からなかったらまた読めばいい。しかし、テレビコマーシャルは一瞬で消えるので、何を伝えるかが、如何に難しいか、いかに無理があるかということである。

ある意味、このコマーシャルがきっかけになってもらえばいいと考えるのであれば、もう少し露骨に、キャッチコピーを出すのもひとつの手なのかなと思う。非常に上品でフワフワとしているのだけれども何のことも分からない。知っている私ですら何のことだか分からないのだから、普通の人はもっとわからないと思うか。チェックした責任もあるから、自分に返ってくる言葉であるが、もう少し考えたほうが良い。

苦情・相談窓口については、言いたいことがたくさんある。この時間では無理であるため、次回以降に述べさせていきたい。

消費者の声を聞きたいが、直接では難しいので消費生活センター相談員から間接的に苦情を聞こうという仕組みをつくって、あちこちでそのように行っていると思う。

他方で、「みんなが主役、保険商品の比較に関する自由討論会」では、開催の経緯等は聞かされているので、よく分かるが、このタイトルでは敷居が高く、一般の消費者は参加できないと思う。「保険について何でもしゃべる会」など、もっと敷居を下げるような工夫をしないと、消費者に参加してもらえないのは難しいのではないかと。その辺を考えないと、単に開催したに過ぎず、せっかく開催したのに生の消費者の声を取れないということになるのではないかと。

(有識者委員)

この自由討論会は金融庁の「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム」が発端になっており、私もそのチームのメンバーであったことから責任は感じている。当初、協議会構想に賛成ではなかったが、スタートしてしまったというところがあって、やはり懸念していた感じはあった。

検討チームでは、いくつかのテーマを議論したが、この課題が一番ハードルが高く、非常に難易度が高いテーマであった。ただ、7月に開催して、次回が9月20日であるから、年間4回程度の開催になるが、その後にもどのようにするのかは考えつつ、後半の議論は進めてほしい。

(有識者委員)

「わかりやすい損害保険の入りかた」は、高齢者とか知覚障害者向けであると思うが、バイヤーズガイドの情報量が多くなったことから、その要約版というか、これだけは知っておくべき情報ということで、高齢者等に限らず、使用してはどうかと思う。詳細版、要約版の2段構えはある意味合理的ではないか。

(有識者委員)

「わかりやすい損害保険の入りかた」は、分かりやすく大変好評である。ただ、ひとつだけ意見があるが、「文字が大きくてわたしたちにも見やすい!」のキャッチフレーズは、高齢者が弱者であるということを強調しすぎではないかと何人かに言われた。私は、中身については、非常に良いと主張しているが、他の方も中身は分かりやすいと評価していた。

(有識者委員)

「わかりやすい損害保険の入りかた」で採用されている「ユニバーサルデザイン」は、高齢者向けということだけではなくて、普通の人にも使いやすいという趣旨とも解せる。内容的にも高齢者にも分かりやすいし、そうでない人にも分かりやすい。まさにユニバーサルに使えるということで非常に良いものではないかと思う。

以上