

第9回「消費者の声」諮問会議議事録

「消費者の声」諮問会議

日 時 2008年6月6日(金)8:18~10:04

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. 信頼回復に関する各種施策の報告(報告)

(1) 2年間の取組状況について

(2) その他進捗状況等について

事務局から、「消費者の声」諮問会議の設置以降2年間の取組状況等について報告があった。

3. 各種施策に対する会員会社の取組フォローアップ・好取組事例(報告)

(1) 火災保険等の点検に関するフォローアップ

(2) ガイドラインに盛り込まれた各項目のフォローアップ

事務局から、火災保険等の点検に関するフォローアップおよびガイドライン(損害保険の保険金支払に関するガイドライン、第三分野商品に関するガイドライン)に盛り込まれた各項目のフォローアップとして、各社の好取組事例を取りまとめ、共有化を図った旨報告があった。

引き続き、上記2.とあわせ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)

短期間でかなりの成果を出した。フォローアップまで行われており、業界全体の取組もわかってきた。

各社がガイドラインに基づいて取り組んだ事例として、好取組事例が報告されているが、これが全てではないと思う。例えば、「支払保険金の説明・支払い」の分野では、取組事例として3つの事例しか報告されていない。また、「社員や代理店に対する教育・研修の実施」の分野も、事例が3つである。多くの取組がなされている分野と、まだ十分でない分野がある。取組事例を羅列して、各社の参考にしてもらうだけでなく、協会としてのフォローアップとして、「このあたりの取組を少し強めたらどうか」というようなコメントを出す仕組みを作ってもよいのではないか。

(事務局)

事例数が少ない分野については、同じような取組を行っている会社が多くあり、会社数としては相当な数である。全社とは言えないが、多くの会社がいずれかの取組を行っている。他社の取組事例を提示することによって、取組が遅れている会社にとっては、かなり焦る材料になる。したがって、これによって、各社の品質が向上していくことを期待している。あえて促すのではなく、各社の取組事例を提示することによって、各社が「気づく」のではないかと考えている。

(有識者委員)

全体の感想としては、実質1年半の間に、私どもが投げたボールをよく拾っていただき、実に真摯に取り組んでいただいたと肯定的な評価をしている。投げたボールが、直球だったりカーブだったり、難しかった部分もあったと思うが、今回まとめられた資料をみると評価できるのではないかと感じている。

個々の事例では、募集人の資質向上については、実態はどうなのかよく見えない部分もある。今後は、実際にどのように現場に落とししていくか、個社の努力だと思う。各地へ行って、「消費者の声」諮問会議の話を業界の方に話してみても、「それは何ですか」と聞かれることもある。今後、各社において各種取組を進め、現場に浸透させていくと思うが、そうしたときに、当初の趣旨が曲がらないようにしていただきたい。例えば、募集人の資質向上については、かなりの抵抗があり、趣旨が曲がりそうなことがある。業界、特に損保協会が中心になって、そこを曲げないようにしていただきたい。

約款のわかりやすさについては、研究会のメンバーとして参画したが、業界団体としてできることには一定の制約がある。個社の約款を並べて、「ここが悪い」「あそこが悪い」と指摘するのが本来は明瞭だが、実際はなかなかできない。したがって、外側の部分だけの議論になり、内側になかなか踏み込んでいないという部分はある。それを承知のうえで、「保険約款のわかりやすさ向上ガイドライン」を作成したことは評価すべきである。例えば、ガイドラインには、「合理的な理由のない保険会社の裁量権留保規定は使用しない」という抽象的な文言がある。しかし実態としては、この規定を約款作成者が、どのように

約款で具体化するのか、かなり頭を悩ますところと思われる。このようなことが散りばめられているので、諮問会議の委員にも「まだ足りないのでは」といった声があるかと思うが、そこは理解していただきたい。また、保険法が成立したので、各社は当然約款を改定する動きになるが、その中で、バージョンアップしていく部分の端緒だと思っている。ある程度の期間で、例えば1年という期間で約款の改定に取り組まれると思うので、そのことも理解いただきたい。

火災保険等の点検に関して、消費者が、「今点検していることは理解できるが、今後、毎年点検を行ってくれるのか」と保険会社の人に聞くと、はっきりした返事がいただけなかったという話がある。その辺に関して、もう少しアグレッシブな取組があるとよかった。

(有識者委員)

短期間に非常に網羅的な作業をしていただいたが、問題はどこまで浸透するかである。各社が熱心に取り組まれてきたが、一部の会社の行動によって、業界全体が被害を受けることもある。例えば、5%の会社が対応しないことで、業界全体の評判にも関わる。その点は、ガイドラインに十分対応していない部分について、ウォーニングを出すといった努力が必要である。また、タクシーでも「優良」マークがあるように、ガイドラインに従っていない会社を、消費者が判別できる仕組みも必要である。

法的用語を一般用語に置き換えることはよい取組であるが、それでも伝わらない場合もある。例えば、高齢者は増加傾向にあるため、対処しておく必要がある。そのためにも、普段からモニターとして、実際に素人の方にチェックしてもらい、わかりにくい箇所は、修正するという努力が必要である。専門家はわかっているが、一般の方は全く別の解釈をすることもある。一般の方を募集して、試しに読んでもらう機会を作るのもよいのではないか。今までの難しい用語が見直されることになり、これが本当の第一歩だと思っている。

(有識者委員)

大学の法学部の授業では、今回の見直し対象に掲げられている用語を平気で使っている。これらの言葉を置き換えて授業を行うと、どういう授業になるか想像がつかない。確かに、プロの間ではよくわかるが、一般の方はわからないという状態である。

保険約款以外の約款においても、わかりづらいというのは共通の問題であり、「保険約款のわかりやすさ向上ガイドライン」は役立つ部分が多くある。保険業界は、約款がわかりづらいということで、いつも槍玉に挙げられるが、今回のようなガイドラインを作成したことを他業界にもアピールしていただければ、波及効果があると思う。

(有識者委員)

約款の英訳はあるのか。外国人が日本に住むときに必要である。直接投資も益々増えていくだろうし、日本語の約款しかないとなれば、国際化に遅れているのではないかと。また、

優しい日本語でないと英語に訳せないので、用語の平易化は英訳のきっかけになると思う。

(損保委員)

基本的に約款の認可は和文でいただいております、英訳するかどうかは各社マターであるが、主要な約款の英訳を作成している会社もある。

(有識者委員)

投資性の商品には目論見書が作成されている。アメリカの目論見書はとてもシンプルでわかりやすいが、日本の目論見書は、保険と同様でわかりにくい。海外の保険約款は、どのような書きぶりになっているのか。日本の約款との差異はないのか。

(損保委員)

書きぶりは基本的に同じであり、大きな差異はないのではないかと。

(有識者委員)

日本では、契約書は短いということが一般的に言われている。

(損保委員)

海外には、ホームオーナーズという一般的な火災保険があり、日本の約款に書かれている「当社は」の部分が、ホームオーナーズでは「We」になっている。そういうところが親しみやすいのかもしれない。

(有識者委員)

フォローアップについては、好取組事例を掲げることによって、各社のレベルアップを図っていくという話があった。既に一生懸命取り組んでいる会社は、他社の取組事例を参考にして、さらに向上していくと思うが、一方で、取組がなかなか進まない会社もあると思う。したがって、そのような会社に対するインセンティブとなる仕組みが必要だと感じる。各会社の規模、販売している商品内容、顧客はそれぞれ違うが、もう少し工夫が必要であるという印象を受けている。

(有識者委員)

1年半の間で、諮問会議から様々な問題を提起し、協会がそれを受け止め、さらには各社で多様な取組を行ってきた。ただし、個社レベルになると、対応にデコボコがあるのではないかと。取組状況に差があり、遅れている部分をどうレベルアップしていくかが課題である。これが共通の認識だと思う。そのためには、協会が点数表をつけていくことがよいのか、あるいは、オンブズマンのような外部組織が評価をすることがよいのか、どのようにすれば各社が自発的に取組を始めるのかについて考える余地がある。少なくとも、今回のフォローアップのように素材を提供することで、「ここに関して当社は遅れている」と自らを振り返るには、十分参考になる。

現在取り組んでいても、しばらくすると、おろそかになる可能性があるため、そうなら

ないように、マネジメントシステムに組み込んで、きちんとまわしていくこと、さらには改善していけるように考えていくことが必要である。

4．今後の「消費者の声」諮問会議のあり方について（報告）

これまでの諮問会議の活動を踏まえ、今後の諮問会議のあり方、テーマ等について意見交換を行った。今後、席上出された意見や委員から提出された意見等を踏まえ、事務局において検討することとなった。

席上出された主な意見等は以下のとおり。

（有識者委員）

これまでの諮問会議の議論は、保険料の取り過ぎや保険金の支払い漏れなど、既存の保険契約が適正に行われているかどうかについてのチェックであった。これは当然であるが、損害保険は民間が行う公的なサービスと考えられ、政府が行っていることに近い。人々が非常に助かり感謝するような保険を積極的に作っていく必要がある。人々のリスクを再分配するような機能が大事である。そのとき一番の課題は、医療過誤に関する保険である。特に産科等の分野で医者が訴えられ、辞めてしまうケースが頻発している。これは患者にとって大きな問題である。厚生労働省でも、産科等に対する医者の無過失保険が検討されているが、政府が細かい保険を作るというより、むしろ協会が「このような保険ができるのではないか」と積極的に提案して、それに厚生労働省が協力し、認めていくというスタイルがよいのではないか。それが一番社会的な貢献になると思う。

社会の潜在的なニーズに応える新しい保険が少ないと感じている。今までにない保険、または諸外国にあって日本にない保険を作るために、各社も取り組んでいると思うが、損保協会が積極的に呼びかけてほしい。そういうイニシアティブを取ることが大事だと思う。

（有識者委員）

新しい保険を作るという話は興味があり面白いと思う。今までの「消費者の声」諮問会議では、後ろ向きな話題が多かった。様々なボールを投げさせていただき、それをきっちり受け止めてもらえたかわからないが、一応パスボールをせずに受け止めていただいた。ではこれからどうするかと考えたときに、ボールを投げるのもそろそろ疲れてきたし、ボールの球種がたくさんあるわけでもない。後はどれくらい投げるボールがあるのか、また取組のフォローアップを諮問会議でチェックしていくことも1つだと思う。個別事項になると、この場で話す通りになかなか進まないこともあるので、フォローアップは必要であるし、新しい商品の提案も必要である。

例えば、商品の簡素化というテーマについて、各社マターでそれぞれ取り組まれている

が、「このような商品であれば一般の消費者は満足する」というモデルのようなものを協会で検討してもいいのではないか。また、募集人の質の向上については、募集人をプロフェッショナルと認定して、世に送り出す役目は協会であると以前から申し上げている。さらには、苦情処理について、知見を持って踏み込んでいくことも協会の役目である。これらを総合的に踏まえ、協会のあり方について、今後の「消費者の声」諮問会議のテーマに掲げることができると考えている。このような方向で、新たな地平線が切り開いていけると思っている。

(有識者委員)

1つ目は、これまで実施してきた多くの取組が隅々まで浸透しているかについてのフォローアップが必要だと思う。

2つ目は、新しい動きへの対応である。現在、保険法が成立して、約款の見直しが行われるし、保険業法も改正されるであろう。また、金融ADRの動きも活発化してきている。このような新たな動きに、どう消費者の視点を入れて対応していくかが重要だと思う。

3つ目は、消費者へのフォローアップである。協会では、高齢者向け、一般の人向け、若い人向けの啓発資料を出されているが、今後はどのような方向で消費者のフォローアップを行うか、新しい取組として考えられるのではないか。

「協会だからできること」「協会だからやらなければいけないこと」を丁寧に精査して、いい提言ができればよいと考えている。先ほど、趣旨を曲げずに現場に浸透させるという話があったが、趣旨を曲げずに、きちんとボールを投げるのは協会の役割である。

(有識者委員)

整理すると、取組のフォローアップは引き続き必要である。これは各委員の一致するところである。

「協会だからやらなければいけないこと」がいくつかあるという趣旨の提案があった。例えば、(委員の意見書にある)「損保検定」「募集名人」「広報手法の研究会」といった提案、「商品簡素化のモデル」を協会が作ったらどうかという具体的な提案もあった。

また、金融全体を取り巻く新しい動きがあるということで、金融ADRに対して損保協会としてどう対応するのかという話があった。さらに、金融庁では「金融士」という資格制度を作り、金融関係の能力開発の強化・向上を図ろうとしているようである。パブリックコメントをみると、保険よりも少し広い内容の能力だと感じる。金融士の保険版、損保版のようなものを考えてみるのも1つである。それに、従来協会が行っている能力の判定試験をいかに連動させるかも課題であると思う。

従来の作業のフォローアップ、協会として新たに何かやるべきことがあるのではないか、新しい動きに対して、協会がどう対応していくべきなのか、もう少し先には公益法人制度

改革がある。これから数年間、様々に問われると思うので、諮問会議で議論する課題としては、重要な論点になると思う。

また、これからは、消費者の新しいニーズに見合った商品を開発するべきではないかという意見もあった。その意味で、消費者の声を拾い上げて対応するのも、協会としても考えるべき課題であるとの意見もあった。

以上、フォローアップ、協会としてさらに取り組むべき課題はないか、消費者の新たなニーズを踏まえ、協会として何ができるか、この3点である。

(有識者委員)

「保険商品の比較に関する自由討論会」が4回開催されたが、この討論会に出席して、消費者の意見を聞いていると、生命保険協会を含めて、協会、いわゆる業界団体に対する消費者の期待が感じられる。業界団体がある程度コアになって、リーダーシップを持って、各社に対して、権限と言い過ぎだが、権能くらいのチェックをかけて、世の中の視線に耐えて、引っ張っていく、ある一定のスタンダードを維持するなど、リーダーであることを消費者は期待しており、それを痛感するところである。消費者の期待に応えるべく、協会が方向性を打ち出していく必要があると思っている。そのことも含めて、是非検討の課題にしていきたい。

(有識者委員)

保険商品を作るのはとても難しい。損保はリスク対応の形で、保険商品进行設計している。様々なリスクがあるが、例えば天候の変動に着目した商品もある。商品进行設計する際には、リスクに着目すると同時に、ニーズにも着目しないといけない。リスクとニーズが合致するところに、損保商品の存在価値がある。ニーズの問題としては、未成年者を被保険者とする死亡保険が問題になっている。現在の傾向としては、リスクの所在には着目されているがニーズの把握はどうか、商品設計の部分もうまく提案できるとよいと思う。

(損保委員)

各種特約が付帯されたことにより、支払い漏れ等の問題が発生したということは、その特約を付帯することがお客さまのニーズに必ずしもマッチしたものではなかったとも考えられる。

(有識者委員)

一種の過量販売的なことになっているのかもしれない。ただ自分で自分のリスクをきちんと評価できないのが普通であり、つい大目に評価をして、リスクをカバーしようとするのが本質かもしれない。

(有識者委員)

自分のリスクを的確に把握するためにもやはり消費者の底上げも必要である。

(有識者委員)

そういう意味では、「損保検定」を利用するのも面白いだろう。しかし、お金を払ってまで受ける消費者がいるだろうか。

募集人の中で優れた人を表彰することは、個社で行っているのか。

(損保委員)

個社では行っているが、視点が異なっているかもしれない。

(損保委員)

先ほど、医療過誤の話があった。アメリカでは医療過誤に関する保険が普及しているが、一般の保険会社はほとんどできない状態である。というのは、ニーズが高すぎて、適正なプライシングができないという状況にもなりうることがある。そのような場合、同業者が集まって共済的なものを作って、実施するというソリューションがある。ニーズを発掘することは保険会社として重要であるが、ニーズがありすぎる場合は、どうコントロールしていくか、コントロールをするということは、不担保という制限的なことになってしまう。そういう話には、私的な保険者としては、足を踏み込まない方がよいとの経営判断が下される可能性がある。

協会としてどう対応していくべきかであるが、「他国にはこのような保険がある」と紹介することはできるが、このような保険を売りましょと業界をリードすることは難しい。確かに諸外国では様々な保険が存在している。日本の保険会社も研究して知っているが、日本で売れるかどうか、売った方がいいのかどうかも含めて、経営的に判断され、結果的に売らないこともありうる。例えば、テロ保険については、欧米では必須の保険であり、国家がバックでサポートしながら、全体の引受のキャパシティを用意しながら対応しているが、日本にはない。それだけのニーズがないのかもしれないし、国もそこまでの大きなリスクはないと判断しているため、バックアップもないということである。

(有識者委員)

趣旨は理解できるが、テロ保険も含めて、「こういう保険が必要である」と政府に提言を出すことはできるのではないか。個社が出すことは難しいので、協会が出すべきである。

(損保委員)

テロ保険については、既に提言を行った。そして現段階では、必要ないという判断に至っている。協会の組織の中で、テロ保険に関するPTは存続しているが、活動状態にないのも事実である。もちろん、今後の状況に応じて、アクティブに考えていく必要のある分野であると認識している。

(有識者委員)

このようなものは、気長に続けていかないと、世論が形成されにくいものである。医療

過誤問題に関しては、独立採算ではできなくても、政府から一定の補助や税制優遇があればできるのではないかと考えている。医師不足は政府でも関心があるので、厚生労働省も何かやりたいと思っている。ただちに採算が合うかどうかは別として、社会的に必要であること、そして一定の政府の支援があればできるということを訴えていくことが必要である。税制要望、規制緩和要望だけでなく、このような問題に対応した商品が可能となるような規制改革の要望も出していくことが大事だと思う。

(損保委員)

ご指摘のとおりで、提言することは協会ができる。そのうえで、保険会社の経営側から保険商品を見たとき、採算が合う、合わないがある。問題点の指摘も我々の側からできるが、我々のアピール力が弱いところもあるのかもしれない。医療過誤の問題については、医師賠償責任保険は現に存在し、多くの医師が加入している。そして現実に保険金を支払っている実態がある。この商品がもっと知られていけば、社会的な問題に対して、商品設計で応えられるものもあるだろう。そう考えると、既存の商品において、ニーズや問題点をクリアにして、世の中に提言していけば、十分機能として発揮しうるだろうと思っている。消費者啓発を含めた提言、あるいは消費者啓発に基づいた政府への提言機能を、協会として高めていかななくてはならない。この問題意識は共通ではないかと思っている。

(有識者委員)

やはり保険は社会的インフラであり公益性が高い。いわば医師版の自賠責のようなものがある、「安心して小児科の先生をやってください」「安心して産科の先生をやってください」というような、少子化対策の一環として政治的な動きがあればよい。例えば、耐震偽装の問題があったから、対応が検討されて制度が作られるというのではなく、今現実に産科、小児科の医師の不足があるというようなときに、「こういう手当てがありますよ」というように、1つの提案として行うことが、公共性から見地から必要だと思う。

(有識者委員)

本日配付されている「そんぼ相談ガイド」には、すでに存在する医師の賠償責任保険は記載されていない。一般の消費者向けではないということであると思うが、医師も保険サービスの消費者である。レジャー保険や個人賠償責任保険、所得補償保険のようなあまり知られていない保険と同様に、医師の賠償責任保険も記載していただきたい。

(損保委員)

お客様あるいは市場の属性を分類すると、プロ、一般消費者、公的制度に近い部分の3つくらいになると考えられる。「そんぼ相談ガイド」は、消費者相談員等が一般消費者から受ける相談等に対応するために作成したものである。

先ほどご指摘のあった約款のモデルのようなものは、料率算出機構で作っている。プロ

(企業)向けはオーダーメイドなので、各社マターでやればよいと思う。最後の社会制度あるいは公的な制度については、今後協会がどうあるべきかを検討するなかで論議していけばよいと思う。個人的には、協会が先頭に立ってやっていいと思っている。

(有識者委員)

おっしゃることはよくわかるが、例えば開業医はプロとはとてもいえない。

(損保委員)

医師賠償責任保険は公的制度に近いものとして位置づけられると考えられるが、この保険は法律上の損害賠償を補償するのみで、無過失責任を補償するものではなく、現在問題となっている医師不足解消に貢献できるとは必ずしも言い難い。現在、社会的ニーズを踏まえて、無過失責任を補償する新たな商品が開発されつつあるものと承知している。

(有識者委員)

様々な意見を出していただいたので、本日の議論を踏まえて、今後「消費者の声」諮問会議のあり方、テーマについて事務局で検討していただきたい。

5. その他報告事項

- (1) 第4回「保険商品の比較に関する自由討論会」
- (2) 保険募集の適正な活動に関するガイドライン
- (3) 損保協会お客様の声レポート(2007年度第4四半期)
- (4) そんぼ相談ガイド
- (5) 日本経済新聞広告記事
- (6) そんぼのホント(フレッシュャーズガイド)
- (7) 消費者向専用ウェブサイト(そんぼのホント)ニュースリリース

事務局から、標記の(1)~(7)について報告があり、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)

「そんぼ相談ガイド」はよくできているが、インターネット上では公表していないのか。

(事務局)

現在ホームページにも掲載するよう準備しているところである。

(有識者委員)

消費者啓発の一環として、「フレッシュャーズガイド」や「バイヤーズガイド」といったきめ細かなツールが作られており、浸透していくことを願っている。

「そんぼ相談ガイド」は、ここまで立派な冊子になるとは思っておらず、内容も感心し

ている。消費生活センターは全国に 500 数箇所あり、その他にも消費者団体にそれぞれ相談室がある。今まで相談員の拠って立つツールが全くなかった。例えば生命保険だと、生保文化センターが作ったマニュアルがあるが、損保にはなかったので、「そんぼ相談ガイド」を作っていたいただいた努力に大変感謝をしている。今後、これを使って、全国の消費生活センターの相談員にまず理解してもらうことで、相談員が対応できるようになる。さらに言えば、募集人試験でも、「そんぼ相談ガイド」程度のレベルはクリアしていただきたい。

(有識者委員)

消費者庁設立の話が急浮上しており、来年にもスタートすると言われている。あわせて、霞ヶ関に消費者庁ができて意味がないということで、地方消費者行政の充実の話が出ている。各地の消費生活センターを法的に位置付けて拡充をしていくという話になっている。よく相談現場から、「保険の相談については、県レベルできちんと対応できないといけな
いのか」という質問がある。私は「やはり県レベルではそれは受け止めてもらいたい」と返事をしている。その場合、「そんぼ相談ガイド」などはとても役に立つので、研修の充実もあわせて、盛り込んでいきたい。市町村も含めて、是非協会にも協力していただければありがたい。

(事務局)

消費生活センターの相談員と懇談会を行ったが、損保の照会がくるとわかりづらいので、損保協会や他の機関に流してしまうというのが実態のようである。基本的なところから理解いただくという我々の努力も足りなかったのではないかと思っている。そういった趣旨で、「そんぼ相談ガイド」が役立つと思っているので、なるべくきめ細かく展開していこうと考えている。

以 上