

## 第13回「消費者の声」諮問会議議事録

### 1. 開催日時等

日時 2009年6月9日(火) 15:05～16:55

場所 損保会館16階 理事会室

出席者 有識者委員：松本委員(議長) 原委員(議長代理) 古賀委員、丹野委員、八代委員  
業界側委員：兵頭委員(協会長) 半田委員(専務理事) 吉田委員(常務理事)

### 2. 議事概要等

#### (1) 過去3年間の損保協会の取組状況及び今後の課題

##### ア. 過去3年間の損保協会の取組状況について

事務局から、「消費者の声」諮問会議の設置以降の3年間の取組状況について、配付資料に基づき説明があった。

#### (2) 各種施策に対するフォローアップ

##### ア. ガイドラインのフォローアップについて

事務局から、次の5つのガイドラインのフォローアップとして、ガイドラインに基づく会員各社の取組状況について調査を行い、その結果を集約したとして、配付資料に基づき、概要の説明があった。

- ・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
- ・保険約款のわかりやすさ向上ガイドライン
- ・契約概要・注意喚起情報に関するガイドライン
- ・募集文書等の表示に係るガイドライン
- ・保険募集の適正な活動に関するガイドライン

##### イ. 苦情対応の一層の充実策に係る取組状況について

事務局から、苦情対応の一層の充実策に係る取組状況について、配付資料に基づき説明があった。

引き続き、上記(1)および(2)につい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)

3年間の取組状況を報告いただいたが、各施策が着実に実施されており評価したい。

ガイドラインの取組状況については、取組事例をピックアップしているが、各社によるデコボコ感がわからない。ガイドラインに基づき、一生懸命に取り組んでいる会社については、すべての項目に回答して、資料に事例が取り上げられていると思うが、一方で、あまり取り組んでいない会社もあると思うので、各社間の取組状況の違いがわかる資料があればよいと思う。

また、例えば、「募集文書等の表示に係るガイドライン」に関する会員会社の取組状況の資料に、社外(消費者団体等)の意見を聴取との事例がある。自分達だけで改善するのではなく、消費者団体や相談員など外部の意見を聞いたなどの工夫をしたかがわかると、各社の取組みをさ

らに理解できるので、調査していれば教えていただきたい。

(事務局)

本日の資料は、各社にアンケートを実施し、整理したものであるが、複数の会社が取組事例として回答したものを取り上げている。すべての取組事例を取りまとめた資料が他にあり、各社にはすべての事例をフィードバックし、情報共有している。なお、「契約概要・注意喚起情報に関するガイドライン」のところでは、ガイドラインの項目以外の取組みをいくつか記載している。この部分は精査をして、各社の取組事例を参考にして、ガイドラインを変えていくことも必要だと思う。ガイドライン以外のところでの取組事例が出てくると、デコボコ感がはっきりしてくるのではないか。

各社の工夫がわかる資料については、アンケートではそのような調査方法をとっていないので、これから工夫していきたい。

(有識者委員)

「消費者の声」諮問会議から様々なボールを投げかけて、それを受け止めた成果が出ており、諮問会議としても役割を果たせたと感じている。まだまだやるべきことはあると思うが、とりあえず3年間の総括については、このような感想である。

保険会社の募集文書を作成する部門の方と接触する機会があり、「ここを直した方がわかりやすくなる」と言うと、「協会のガイドランに縛られてできない」と言われるケースがある。先ほど、ガイドラインに記載がない部分の取組みの紹介があったが、今回のアンケート結果を十分活かして、各社にはガイドラインに記載されている部分だけでなく、記載されていない部分でも、前向きに取組んでいただきたい。

「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」の資料では、「保険法対応を踏まえてこれから検討する」と記載されている箇所がいくつかあるが、これによって、わかりやすさが向上すると思っているので、しっかり対応していただきたい。

「保険約款のわかりやすさ向上ガイドライン」の取組事例で、「二重否定を用いない」「『当会社の定めるところにより』は極力使用しない」等の記載がある。初歩的なことだが、このような形で取組んでいくことが重要である。できれば、生保会社、非会員の損保会社、少額短期保険業者にも取組んでいただきたい。

「約款をホームページに掲載している」との事例があるが、損保の約款は、契約締結後に保険証券と一緒に送られてくる。これはよくないと言っているが、一向に改善されない。せめてホームページでの約款掲載については、全社に取組んでいただきたい。

(有識者委員)

広告についてであるが、金融オンブズネットという消費者グループに参加しており、広告調査を重ねてきている。保険の広告については、募集文書の中での広告ガイドラインでは対応しきれないのではないかと感じる。例えば、テレビCMやホームページを活用した広告もあるので、少し落ち着きが悪いと思う。

金融商品取引法では、広告の表示については、「基本的な重要事項を表示する」と「優良誤認をしない」の二本柱である。保険の広告をみると、後者には気配りされているが、前者の観点はやや欠落しているという印象である。やはり、基本的な表示事項はきちんと定める必要があり、広

告に書き入れるべきだと思う。この数年で保険の広告はよくなってきている印象はあるが、契約概要と注意喚起情報のうち、契約概要の内容は広告に記載されているが、注意喚起情報の内容は記載されていないのも特徴である。今後、広告のあり方についても再検討していただきたい。

(有識者委員)

保険の商品内容で一番重要なのは、担保する範囲、不担保の範囲のどちらなのか。

(有識者委員)

両方である。

(有識者委員)

商品名(ペットネーム)から想像される保険の内容が実際と異なっており、誤解を与えることがある。傷害保険では結構生じており、まだ工夫の余地がある。

(事務局)

広告の中で、ペットネームが前面的に出ていて、正式名称が出ていない場合がある。本当は傷害保険なのだが、傷害保険という名称が出てなくて、医療保険と勘違いするケースがあった。ペットネームを使うことは構わないが、正式名称と併せて明確に記載することは、非常に重要である。

(事務局)

その点については、上半期の広告に関する苦情に該当事例があり、業界内で再徹底している。苦情の内容については、当該会社ならびに各社に連絡して、注意するよう徹底している。テレビやラジオ、その他映像を使う広告についてもガイドラインの対象であるが、そのような広告は、表示の時間等が限られるため、商品の詳細については、募集文書等で確認していただきたい旨の注意文言を入れるようにしている。

(有識者委員)

3年間で色々と改善していただいた。やはり消費者からの苦情は宝の山であり、できる限り活用することが重要である。各社が情報を共有するためのIT化も進んだし、約款に関しても、ホームページを活用する等、進歩したと思う。特に、苦情データの配信システムは、他社に対する苦情であっても、自社にも影響するものであり、他社の苦情の傾向も参照できる仕組みを作ったことは非常に重要である。

苦情受付・連絡票については、紙ベースで行っているのか。

(事務局)

現時点では、Eメールを使った電子媒体で、当該会社に報告している。ご指摘のとおり、今後はオンライン化し、協会のサーバーに直接アクセスして、情報を伝える仕組みを構築したいと考えている。

(有識者委員)

大学でも一部電子化し、一部紙ベースが残っているために、データが漏れることがある。原則と

して電子化されていれば検索もできるようになるので、早急に対応いただきたい。

(有識者委員)

新聞記者として、毎日記者が書いた原稿を見ているが、「わかりやすい表現」を常に考えている。新聞記者用にもわかりやすい記事を書くための「手引き」があるが、損保のガイドラインと多くの点で一致している。このガイドラインに基づいて約款等を作成すれば、かなりわかりやすくなるのではないかと思う。

3年間の取組みをまとめてみると、様々な業界団体で、これほど取組んでいる業界団体はなく、深く敬意を表したい。

(有識者委員)

約款のわかりやすさについては、用語等について、生保業界と共同で取組むことは検討しているのか。それとも損保として独自に、わかりやすさを追求しているのか。

(事務局)

生保とは調整しておらず、損保で独自に行っている。ただし、第三分野については、生保と同じような商品であるので、その部分についての可能性はあると思うが、現状では行っていない。

(有識者委員)

損保と生保で表現が違っていると、契約者は混乱するかもしれないので、できれば調整することが望ましい。また、一般にも意見を聞いてみてはどうか。

(事務局)

検討する。

(有識者委員)

協会がやりにくいのであれば、消費者団体が生保協会に対して、損保のガイドラインを参考にし約款を作成してはどうかと意見を言うこともできる。

(有識者委員)

生保協会でも約款のわかりやすさを検討しており、損保、生保がそれぞれで検討している状況である。損保、生保の調整については、次の課題だと思う。

(有識者委員)

「約款とは何か」と考えると、保険の約款は商品そのものであるため、普通の製品の設計図に近い部分も、保険の約款には含まれている。その点で、普通の契約の約款と同じように、事前に約款を読んで、すべての内容を理解するところまではいかなくてもいいのではないかと思う。例えば、電化製品を買う際には、設計図を見せられてもわからないように、性能や使用上の注意等がきちんと理解できればよい。その意味で、保険については、約款の細かい部分を事前に見て理解できる消費者も一部いるが、必ずしもそこまでは必要なく、見せろと言われれば見せられるようにしておけば足りるのではないか。むしろ、重要な部分がきちんと説明されていれば、他の製品

との比較からして、それで十分とも考えられる。したがって、約款を後から送ることは、契約の原則からすればおかしいかもしれないが、商品性の違いだとすれば、必ずしもおかしくないとも言える。事前の説明文書や注意喚起で、どこまで約款の内容を正確かつわかりやすく説明するかが、一番重要ではないかと感じている。

(有識者委員)

現実の保険約款は非常に難しいので、ご指摘の趣旨は理解できるが、約款を後から送るのは、事前に見せたくないからではなく、違う理由だと思っている。生命保険の約款は事前に提供するが、損保は代理店との関係のなかで、事後送付をしていると思っている。

保険業法の中では、重要事項の説明義務がある。重要事項には、契約概要と注意喚起情報があるが、それがすべてかということ、最後は約款である。どこまでが保険業法という重要事項なのか曖昧な部分がある。契約者にとって重要なのは、「どのような商品内容か」「自分の契約の補償範囲」「支払われない場合」である。それらだけでもコンパクトにまとめて、契約者にわかるようにしていただきたいと思っている。例えば、重要事項説明の中に落とすとか、簡易約款のようなものを作るという方法もある。

(有識者委員)

生保協会のホームページで、苦情の解決方法の事例をみたが、保険金が支払われない理由は、やはり約款である。約款に記載されているとの理由で苦情対応を終了させているケースが多い。保険は支払ってこそその商品なので、支払われないときには苦情になる。そのときに、約款を持ち出されて、「約款に書いてあるから」と回答するケースが多い。その意味で、約款に関する情報をもう少し提供すべきだと思う。保険約款は一言で説明できるものでも、また設計図のような役割だけでもなく、支払いの場面で重要な役割を果たしてくるので、これも次の課題だと思う。何を情報提供し、何を契約時に書面で提示するのか整理をしていかないと、今の状況はちぐはぐな状態である。

(損保委員)

約款の交付について、損保の場合は、毎年の変更契約であり、約款はほとんど変わらないので、「前年と同じです」と伝えれば、交付しなくてもよいとも考えられる。約款が変更している場合、あるいは別の保険会社で契約をする場合は別であるが、少なくとも同じ会社で更改し、約款が変わらなければ、必ずしも差し上げなくてもよいと思うがいかがか。

諸外国、特にアメリカでは、約款の変更がないときは「前と一緒にです」ということで、最終的には、更改承認書を渡し、約款の変更点があれば、それを添付して、基本約款は通常は渡していない。

(有識者委員)

約款が悪いわけではなく、現状の担保範囲を明文化しているのが複雑になる。どちらかということ、担保範囲の整理ができていないからいけないのであって、もっとコンパクトにすっきりとして、誰でもわかるような合理的な範囲で線を引ければ、約款が分かりやすくなる。「約款イコール商品」との発言があったように、商品が簡素化されるべきである。その場合、「簡素化すれば、多様なニーズに対応できない」との反応がすぐ聞こえてくるので、工夫する必要がある。

約款については、毎年更改するのに毎年渡してほしいと思っていない。変わらなければ、最初の契約時に交付されれば足りると思う。毎年いただいたからといって、2冊目も3冊目も読むわけではない。しかし、変更があれば、変更点は必ず知らせていただかないといけない。ただし、保険会社は、毎年約款を改定しており、そこはどうかと思っている。約款が変わらないことを前提とすれば、消費者側は保険期間1年の保険を契約したいわけではなく、長いスパンの保険で構わないので、それはそれでいいと個人的には思っている。もちろん、違う意見もあると思うが。

### (3) 商品専門試験の現状と課題

#### ア．商品専門試験の現状と課題について

#### イ．商品専門試験、損害保険募集人試験の実施結果について

事務局から、損害保険募集人試験および商品専門試験の実施結果、商品専門試験の実施会社における事前教育の実施状況のアンケート結果、および今後の課題について、配付資料に基づき説明があった。

引き続き、意見交換を行い、募集人のさらなる資質向上について、理事会に提言することとした。

席上出された主な意見等は以下のとおり。

#### (有識者委員)

今回の商品専門試験の結果や損害保険募集人試験の実施結果を拝見したが、これらは、元々は募集人の資質向上を何らかの形で担保する目的で始まったものである。最近、代理店の会合で話をする機会があったが、様々な意見がある。例えば、「募集人試験と商品専門試験の2つの試験があってわかりづらい。時間が経てば制度が変わるから、試験を受けずに待つ」、「昔資格を取得した人と、今資格を取る人で制度に差があり不公平である」などの不満の声がある。一方で、レベルの低い募集人のレベルを上げることが目的であることを伝えたと、それには賛成される。そういう意味で、募集人試験と商品専門試験の二本建は好ましくない。消費者からも募集人からもわかりにくく、一本化すべきである。また、不公平感をなくすためにも、商品専門試験は、募集人全員が受験すべきであり、不合格者への対応も含めて検討すべきである。第5次中期基本計画の中で検討するとの説明があったが、スピード感を持って、前倒しで積極的に検討していただきたい。

#### (有識者委員)

不合格者はどのような取り扱いになっているのか。商品を販売しているのか。不合格であっても販売しているのでは意味がない。少なくとも、合格したかどうかわかるようにしないとイケないのではないか。

#### (損保委員)

制度全体を含めて検討しているところである。

#### (有識者委員)

どうすれば募集人全体のレベルを底上げできるのか。募集人全員が頑張っけて試験に合格し、全体のレベルを上げていこうという気持ちになるような制度設計にしないとイケない。

商品専門試験の問題をみたが、ベーシックな問題が多い、設問が少ないという印象である。例えば、相談・苦情の関係では、損保協会が200問200答(そんぼ相談ガイド)を作成している。その数からすると、設問の数が少なく感じ、試験内容の工夫も必要であると思った。まだ過渡期ではあるが、3年以内に仕上げるくらいのスピード感で検討していただきたい。

(有識者委員)

試験には資格試験と競争試験の2種類がある。例えば、運転免許試験について、日本で試験を受けると、大学の入学試験のようにひっかけ問題が多く難しい。一方、アメリカでの試験は、試験問題が公開されており、暗記していれば確実に合格する。それでもよいというのが、アメリカの発想で、基本的なことを知っているかどうかだけで、あえて落とす必要がない。損保の試験も基本的に資格試験ではないかと思う。問題が少ない点については、多すぎると負担が増えるが、むしろ問題を増やし、しかも事前に公開してもいいのではないかと。要は、募集人に対する試験も「これだけは絶対に知っておいてほしい」という考え方でいいのではないかと。

(有識者委員)

なかには、ヤマをかけて当たる人もいるので、問題の出し方は、例えば、4つの項目から「間違っているもの」を選択する問題など、工夫しているところもある。

(損保委員)

テキストの持ち込みが可能なので、テキストのどこに書いてあるかわかれば、基本的には解けるはずである。時間があれば、もっと点を取れる人はいるだろう。ただ、どこに書いてあるかわかっておくためには、事前の勉強は大変重要である。

(有識者委員)

商品専門試験も持ち込み可能なのか。

(損保委員)

そうである。

(有識者委員)

「持ち込み可」の試験であれば、研修ではなく一律試験だけで全く不都合はないと思う。問題を見て、調べる箇所がわかれば十分で、丸暗記する必要はなく、きちんと調べて回答する能力があればよいのではないかと。

(損保委員)

各社では模擬試験も行っており、テキストをきちんと読んで、どこに何が書いてあるのかがわかっているならば、試験には合格できるはずである。

(有識者委員)

大学で試験を実施しているが、当初は「持ち込み可」で行っていたが、試験を開始したとたんにテキストのどこに書かれているか探しはじめて騒然としてしまう。その後、試験を「持ち込み不

可」にしたら静かになった。

( 損保委員 )

その場合、合格率はどうなったのか。持ち込み可と不可では、どのような変化があったか。

( 有識者委員 )

採点方式なので、合格率というよりは評価を行った。また、問題の質を変えたので、単純な比較はできない。自分で考えて記述をする問題を多くした。

( 有識者委員 )

募集人の質にバラつきがあり、最初の募集人登録の試験に合格しているにも関わらず、あまりにレベルが低い募集人がいるので、下のデコボコを一定のレベルまで上げようという話である。その発想で行っているが、ベーシックの試験は5年ごとの更新試験になり、さらにもう1つ試験がある。「あの試験は本当に受けなければならないのか」とか「試験を受けたからといって、募集人の実力にどれだけ関係があるのか」などと募集人のブログに書かれているのを見たことがあるが、それはそれである。下のレベルを揃え、プロとして出発し、お客様にきちんと説明できるようにするための試験なので、持ち込み可でもよいのだが、そのためには事前に勉強をする必要がある。そこをしっかりとしてほしい。不合格にするための試験ではないのだから、通常は7~8割が合格すべきである。郵便局や銀行等の金融機関にも募集してもらうのだから、制度をきちんとし、損保業界として、募集人のレベルをきちんと揃えたということを、社会に対してしっかりと説明できるように、なるべく早く検討していただきたい。

( 有識者委員 )

貸金業の世界では、貸金業法が最終施行されると、貸金業務取扱主任者という国家試験に合格した人を、各店舗に1人置かないと営業できなくなる。来年の今頃から実施されるので、各社は一生懸命に研修している。以前は、協会が自主的な研修を行い、研修の受講者の中から主任者として金融庁に届け出るシステムであったが、これからは試験に合格しないと登録できず、厳しくなった。

また、一般用医薬品の販売業界の世界では、大衆薬（OTC）の販売に関して、以前はかなりルールズだった。しかし、薬剤師とは別の医薬品の販売を行える資格を、国家資格ではなく、各自治体が統一的な基準に基づいて試験を実施することになり、その試験に合格した人をお店に配置し、資格のある人が医薬品の安全性等について、説明しなければならなくなった。説明できる人は、資格のある人に限定するという制度が導入されて、6月から施行されている。

販売や契約にあたって、きちんと説明できるようにレベルアップすることは様々な業界で行われていることである。損保の募集人について国家資格にするとまでの厳しい声はないが、だからこそ業界の自主的な努力でレベルアップしていくことが必要である。次に大きな不祥事があれば、もっと厳しい制度を要求する声が出てくる可能性がある。そうならないように、自主的な取り組みを進めなければならない。

( 有識者委員 )

委員の意見を踏まえると、商品専門試験等の取り組みを強化すべきという点では、共通意見である

と考えてよいか。

(有識者委員)

募集人にも試験制度に不満はあるようなので、募集人とも意見交換しながら、制度の改善とスピードアップを図っていただきたい。

(有識者委員)

それでは、諮問会議として提言をまとめたいと思う。どのようなことを提言に盛り込んだらよいか。二本建(募集人試験・商品専門試験)を一本化するとの意見があったが、その他にはどうか。

(有識者委員)

何らかの資格制度で合格者と不合格者の差を設けることは必要でないか。例えば、不動産を売買するときには、必ず、専門の資格証明書を見せないと不動産を売れない。そこまで厳格でなくとも、合格した人へのインセンティブが必要であり、またお客に安心感を与えるためにも必要である。なお、中にはプロのお客もいて、例えば、同じ自動車に20年も乗っている人にとっては、いまさら保険の説明を聞かなくてもよい人もいる。したがって、必ずそれがないと売ってはいけないというのはやり過ぎだが、試験がある以上、資格を示すということは必要ではないか。

(有識者委員)

スピードアップの話もある。中期基本計画との関係もあるが、前倒しで検討していただきたい。

(有識者委員)

公平性については、不合格者への対応と、全員が受験するという話がある。今の商品専門試験は、かつて普通資格を取得した人が対象外になっていて、それはおかしいので、募集人全員が受験するような公平性のある制度にしないといけない。

(有識者委員)

落とすための試験ではなく、できれば全員に合格してほしいタイプの試験なので、その意味では、アメリカ型の運転免許試験のように、基本的な事項を知っていればよいと思う。

(損保委員)

いずれにしても検討していく。

(有識者委員)

委員の意見を盛り込んだ提言の原案を事務局で作成し、委員に確認して固めることとしたい。

#### (4) 損害保険商品の比較検討

##### ア.「損害保険商品の比較にあたって」の作成について

事務局から、損保協会が提供する損害保険商品の比較ホームページのイメージ、および比較にあたっての消費者向けの留意点について、配付資料に基づき説明があり、引き続き、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)

損保協会が提供する比較情報では、保険料は載せないということであるが、リンク先の各社のホームページで保険料の見積りができるのか。

(事務局)

全ての会社でインターネット上見積りができるようにはなっていない。当該会社のホームページの中の話になるので、協会として「見積もりができるようにしてほしい」と言うことはできない。

(有識者委員)

インターネット上で、見積もりができる保険会社では、年齢条件や車種等を入力すると、概算保険料が出てくる。協会ホームページ上で保険料を出さないのなら、その先の各社のホームページで見積りができるように、強制は無理でも各社に協力を求めるべきである。

(事務局)

その部分はまだ検討していないので、検討したい。現に見積もりができる会社とできない会社がある中で、協力をいただくというレベルであれば検討できるかもしれない。

(有識者委員)

インターネット上のサイトで、代理店やブローカーのような第三者が開設している見積りサイトはあるのか。

(有識者委員)

サイトはあるので、そういうことができたらいいと思っている。普通の消費者からみれば、ここまでが損保協会のサイトで、この先が個社のサイトと、あまり区別せずにサイトへ行けると思うが、一連の動作の中で流れていけばいいと思う。

(有識者委員)

もちろん概算の見積りであっても、とても大事なことだと思う。ホームページ上で見積りができる会社とできない会社があるとのことだが、なるべく見積りができるようにエンカレッジすることも損保協会の役割である。つまり、見積りができる会社にリンクできると、見積りができない会社は不利になる。そうすると、見積りをできるように取組むだろうから、そのようなインセンティブが大事である。全社が揃うまでやらない、そうしないと不公平というのではなく、わざと不公平を作り出して、遅れている会社を進んでいる会社のレベルまで上げることが、協会のあるべき姿である。悪い業界は一番遅れているところに合わせ、護送船団を行おうとするが、引き上げる方向に持っていくことが必要である。

(有識者委員)

契約者向けの注意事項に「保険料の金額だけで選ぶのではなく、ご自分に必要な補償は何かをご検討の上、選択することをおすすめします」とあるとおり、ホームページには金額が入っていない

くても、自分に必要な補償がわかった上で個社のホームページに行って、そこで金額がわかれば十分だと思う。

(有識者委員)

逆に言うと、個社のホームページに行って、見積りができないとフラストレーションが溜まる。そこまでできたほうが顧客サービスにもなる。

(有識者委員)

あらゆるサービスがそうであるが、値段と質というのはトレードオフの関係にあり、どちらの基準軸で選択するかということになる。保険料だけで決める必要はないが、まずは保険料で比較してみて、何故この会社は安いのか、それは保険料に見合って質が低いのであろうということに納得できればよい。どちらかの基準、保険料でないのであれば、補償の方でリンクしてもよいのであるが、どちらかの軸かということに保険料のほうがわかりやすいと思う。第一段階としてはこれでいいとして、将来の検討課題として、保険料について検討すべきである。

(有識者委員)

保険料に差がある場合、その差の原因が何なのかかわからないと逆にミスリーディングになりかねない。

(有識者委員)

保険料をみて、「これなら自分でも払える」と思う人を作り出すことも必要である。家計をやり繰りすれば払えることを教えるのも、1つのやり方だと思う。

(損保委員)

そこは課題として、今後検討させていただく。

## (5) その他報告事項

事務局から、前回の諮問会議(2009年3月5日)以降の損保協会の取組状況等の説明として、損保協会お客様の声レポート(2008年度第4四半期)次いでラジオ番組「バンブー・涙子のそんぽのホント」の一例が紹介された。

以 上