

第14回「消費者の声」諮問会議議事録

1. 開催日時等

日時 2009年9月2日(水) 9:05～11:00
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)、八代委員(議長代理)、古笛委員、丹野委員
業界側委員：佐藤委員(協会長)、半田委員(専務理事)、栗山委員(常務理事)
欠席者 古賀委員

2. 議事概要等

(1) 各種施策に対するフォローアップ

ア. 損害保険商品の比較検討について

事務局から、損保協会ホームページで公開する損害保険商品の比較情報に関する検討の進捗状況について、配付資料に基づき説明があった。

イ. 新しい教育・試験制度の検討状況について

事務局から、前回(2009年6月9日)の諮問会議における「募集人全体のさらなる資質向上」に関する提言を踏まえた新しい教育・試験制度の検討状況について、配付資料に基づき説明があった。

引き続き、上記アおよびイ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。

損害保険商品の比較検討について

(有識者委員)

比較情報は、保険商品を理解していない消費者のために、協会がホームページ上で保険の内容や選択方法等の情報を提供するものと理解している。その観点からいくつか申し上げる。

- ・ホームページのトップ画面のタイトルが「そんぽライブラリー」になっているが、消費者がこのタイトルをみて、保険商品の情報だとイメージできるだろうか。内容が具体的にイメージできるタイトルにしてはどうか。
- ・ホームページの「消費者向け手引き」画面で、自動車保険の選び方について、相手への賠償や人身傷害の内容を掲載しているが、情報量が多すぎると読んでもらえない可能性がある。多くの人に見てもらうためにも、情報量が多くなり過ぎないようにしてほしい。
- ・商品選択画面は、損保会社の社名が一覧に並んでいるだけなので、もう少し工夫してほしい。
- ・選択した商品の比較表は、通常はプリントアウトして見ると思うので、A4で2枚程度にしてほしい。
- ・商品選択の際、商品内容はもちろんであるが、やはり保険料が決め手になるので、リンク先の各社ホームページで保険料がわかるように工夫してほしい。

(事務局)

ホームページの画面は、現在検討中のものであるため、意見を踏まえて工夫したい。

協会ホームページから、各社ホームページの商品情報画面にリンクするように検討しているが、商品情報画面から保険料見積りサイトにリンクしている会社と、そもそも見積りサイトを持っていない会社がある。協会から各社に対して、見積りサイトを設置するよう指示することはできないが、本会議でそのような意見があったことは各社に伝えたい。

事業者団体に対する独禁法の規制は、一般企業よりも厳しく、事業者団体用の禁止行為の規定がある。その中で、会員会社の施策、営業、業務に対して、不当に制限することは禁止行為とされている。本会議での意見を各社に伝えることは問題ないが、それに色をつければ問題が出てくる可能性があると言われている。したがって、意見はきちんと伝えるが、見積りサイトの設置を指示できないことは理解いただきたい。

(有識者委員)

トップ画面のタイトルの副題として「損害保険商品の比較サイト」となっている。シンプルな名称だが、わかりやすくよい。

各社ホームページでの保険料見積りサイトについて、協会から「作れ」とは言えないだろうが、見積りサイトがない会社は「ない」ことを表示すればいいのではないかと。当然、見積りサイトがなければ営業上不利になる。強制的に作ってもらわなくても、それが不利になると保険会社にわかってもらうことも必要である。

保険料見積りサイトは必要と思っている。事務局の説明では、非常にたくさんの商品があって、保険料を単純に比較できないと聞いているが、いくつか典型的な契約例で保険料を表示したらどうか。自動車であれば、例えば、「よく売れる車種に乗っている事故歴のない40歳代の契約者」といった典型的なケースを設定し、その条件で保険料を比較したらどうか。もちろん各社では多様な保険商品を販売しているので、全ての商品を比較するのは難しいだろうが、標準商品について比較したらある程度の違いはわかる。保険料が高い会社は、それに応じた付帯サービスが付いているだろうから、保険料が高いことが悪いことではない。全く保険料を表示しないのでなく、保険料についての何らかの情報があれば消費者には便利である。保険料の情報がないと、どこかの消費者団体等が代わって作ることであり、二度手間防止のためにも、協会でも考えてみてはどうか。

(事務局)

事業者団体が商品比較として保険料を出すことについて、公正取引委員会に相談している。かつて損保は2回ほど事件を起こしているため、公正取引委員会は、保険料(価格)に対して異常なほどの反応を示す。比較情報の趣旨をきちんと説明すれば理解してもらえたが、事業者団体が保険料を出すことに対する公正取引委員会の反応は非常に厳しい。

典型例を示しても、現実にあてはまる人がどれだけいるか。また、見積りサイトにリンクしても、様々な条件を入力しないと保険料は算出できない。そこでも結構ハードルが高いので、それでも見積りを行うかどうかは、消費者の判断に任せたい。

(業界側委員)

論点は2つあると思う。1点目は保険比較サイトの作り方で、どれだけ消費者にとって有意なものを作れるかである。世の中に比較サイトはたくさん存在し、それをビジネスにしているサイトでは、典型的な例をベースに比較できる仕組みになっているかもしれない。

問題は2点目で、数ある比較サイトの中で、損保協会という事業者団体が、様々な制約、その1つに独禁法上の事業者団体制約があるが、これらをベースに比較サイトを作るとき、どこに落着点を求めるかである。特に我々が苦勞しているのは、事業者団体である損保協会が、単に独禁法だけの問題ではなく、会員各社に対して平等な取り扱いをしなければならない点で、これは非常に重要な視点なので、これらも見据えながら検討している。

(有識者委員)

せっかく自動車保険の比較情報を提供するのだから、たくさん宣伝をして、消費者がアクセスし、商品を理解のうえ選択して欲しいと思う。そうすると、最終的に商品を選択する決め手になるのは保険料であるので、なるべく消費者の使い勝手がいいものにして欲しい。各社の見積りサイトは、車検証のデータ等詳細な入力が必要で、消費者にとってハードルが高いとのことであるが、そういう意味では、簡単に例示がされていると、消費者も利用する気になる。サイトを開設しても、実際に利用されないと非常に残念であるので、なるべく使いやすく、わかりやすい内容で、かつ目的に合うものにして欲しい。

(業界側委員)

実際に運用してみないとわからない部分もあるので、まずは本案で進めさせていただき、利用状況も踏まえつつ、意見や批判も聞きながら解決していきたい。

(有識者委員)

消費者団体が商品テストに近いサービス比較を行い、その情報を有料で発信したり、商品比較の冊子を販売して、団体の活動資金にするとということが海外では行われている。このような方法は、独禁法との関係では一番問題がない方法なので、協会ができることはギリギリまで進めるとともに、消費者団体が客観的な比較情報を出せるような情報提供を協会が行うことも考えて欲しい。

(業界側委員)

保険は、様々なサービスの中でも、情報の非対称性が極めて高く存在する。そのような保険商品の比較においては、長い歴史的背景がある。かつては算定会制度の下で、全社が全く同じ商品を同じ値段で売っていたため、比較そのものが必要ない時代が長く、昭和23年の法律制定以来、保険業法改正まで続いていた。それが商品の自由化とともに比較が解禁され、今日に至っているが、今でも比較の明確な基準については、行政も業界も持っていない状況なので、ようやく第一歩を踏み出したと考えていただきたい。まずは本案で進め、消費者の反応を見ながら、次のステップに進みたいと思っている。

(有識者委員)

自動車保険は、契約者自身も自分の契約内容を理解していないし、それ以上に交通事故の被害者からすれば、加害者がどのような保険に入っているか全くわからない。例えば、搭乗者傷害保険を請求すれば、問題なく保険金が支払われるのに、誰も知らないので不払いになっていたというケースもある。比較情報の提供によって、被害者でも、相手方の保険会社さえわかれば、大まかな商品内容が理解できる。契約の当事者以外でも利用できるもので、早く公開して欲しい。

新しい教育・試験制度の検討状況について

(有識者委員)

新しい制度の実施時期は、なるべく早くして欲しい。拙速に結論を出すことは好ましくないが、早い実施を望む。

(業界側委員)

いずれにしても努力していくので、引き続きアドバイスをいただきたい。

(業界側委員)

募集人に関する制度については、消費者にとっては、実際に接する募集人がどのレベルなのか、知りたいのではないか。その意味では、募集人のレベルアップを図るために、もっと上の資格を検討する必要があると思う。250万人もの膨大な募集人がいるので、物理的な問題もあるが、そこも含めてなるべく早く取り組まなければいけない。

以前は、「初級」、「普通」、「上級」、「特級」の種別があり、上のレベルについても損保協会が認定していた。保険業法の改正に伴い、認定制度を廃止してしまったが、従来のような認定制度は、消費者が代理店を選別していくうえで大事なことだと思う。

(有識者委員)

消費者には募集人に関する情報が全くなく、イメージとして「一定の資格は持っているだろう」と思う程度である。消費者は、かつての「初級」、「普通」、「上級」、「特級」の認定制度も知らず、募集人がどのレベルかも知らずに説明を受けている状態である。まずは、下のレベルがあまりにデコボコだったので、下のレベルを揃えて欲しいと要望した。その点では、非常に前向きに取り組んでいただいた。その上で、レベルアップの資格があればなおよい。消費者は、高いレベルの募集人から説明を受けて、保険に入りたいと望んでいる。

(有識者委員)

上のレベルの認定をできない理由は、独禁法との関係か。

(業界側委員)

独禁法との関係である。旧保険業法の時代には、ノンマリン代理店制度という業界としての制度があり、新しい保険業法の制定とともに、独禁法上の問題等も勘案してノンマリン代理店制度を廃止することになり、現在の代理店制度に至っている。かつては、一生懸命勉強して上の資格を取得すると、名刺に印字できるので、募集人にとってのインセンティブになっていた。現在では、各社別の制度となっているので、営業上の貢献度合いの要素が非常に高くなり、本当の意味で、代理店が自分のノウハウを高めるために勉強する仕組みになっているか、やや問題があると思う。

(有識者委員)

協会が統一的な資格制度を作ることに独禁法上の問題があるとすれば、協会以外の民間の機関が、民間レベルでの試験を行い、様々な認定を出すことは、独禁法上の問題はないのか。

(業界側委員)

日本代協では、研修を行って、修了した者に修了証を発行し、日本代協のメンバーは名刺に「認定保険代理士」と印字している。

(有識者委員)

独禁法上のハードルが高い問題があることは認識しているが、保険法改正の議論では、募集人ではなくて、保険会社に情報提供義務があるという流れであるので、独禁法とのバランスを考える必要はあるが、保険会社側が募集人に関する情報提供をしていくには、今がチャンスであり、いい時期ではないか。

(業界側委員)

損保業界は、独禁法に対して非常に慎重に対応しているが、一方で消費者にとって有益な制度は必要である。公正取引委員会には相談制度があるので、新たな制度を実施するにあたってはこのような制度を活用するなどして、公正取引委員会との対話を増やし、損保事業についての理解を深めてもらう努力をすることが大切である。

(有識者委員)

損保協会は自主規制機関としての法的位置付けはないのか。単純な事業者団体であれば、例えば、日本証券業協会の位置付けとは異なる。

(業界側委員)

金融では、日本証券業協会のみが自主規制機関で、他は事業者団体である。我々としては、常に公正取引委員会とコミュニケーションを深めているし、実施段階では、必ず公正取引委員会に相談しながら進めている。今後も損保業界の事情を理解してもらえよう努力していきたい。

(2) その他報告事項

ア．損保協会お客様の声レポート (2008 年度総括版)

イ．損保協会お客様の声レポート (2009 年度第 1 四半期)

事務局から、損保協会に寄せられる相談・苦情の傾向について、配付資料に基づき説明があった。

ウ．金融 ADR の創設について

事務局から、「金融商品取引法等の一部を改正する法律」により創設された金融 ADR 制度の概要について、配付資料に基づき説明があった。

エ．保険契約の確認調査等について

事務局から、会員各社における保険契約の確認調査の結果を集計し、ホームページを更新した旨、配付資料に基づき報告があった。

オ．自然災害の動向と損害保険業界における環境問題について

事務局から、損保業界における環境問題に対する取り組みの経緯、損保協会の環境問題に対する取り組みの概要について、配付資料に基づき報告があった。

引き続き、上記ア～オ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。

金融 ADR の創設について

(有識者委員)

損保協会の損害保険調停委員会を今後強化していくことは歓迎すべきことである。一般の消費者は、保険について理解していないし、実際に事故が起きない限り、保険金の請求という場面にならないので、経験則が全くない。したがって、そもそも潜在的にトラブルになりやすい商品性であることから言えば、一定の苦情は出る。その苦情に対して、公平かつ透明な場所に対応するインフラが必要であるとして、金融 ADR が発足した。その中でも、生・損保を含む保険に対する期待は高い。一般の消費者は、生保と損保の区別もつかない。生保と損保で商品内容が全く異なっても、消費者は保険として考えているので、苦情・紛争対応のワンストップチャネルについて、将来的にどう考えていくのか、生・損保で協力して対応することはできないのか。

損害保険調停委員会では、約款に関する紛争は取り扱わないと聞いているが、お客様の声レポートを見ても、「保険金を払ってくれない」、「保険金が少ない」など保険金に関する苦情が多い。これは、担保範囲や免責事項など約款に関する苦情だと思うが、今の取り扱いは、消費者の ADR に対する期待と違うのではないか。約款についての紛争も、調停委員会の対象にして欲しい。

(業界側委員)

苦情・紛争対応のワンストップチャネルについては、世の中の動きもあるので、現時点ではコメントできないが、消費者の考えは我々もよく理解している。

約款解釈の件はその通りであり、協会も努力して、早く実現させたいと思っているが、まずは指定紛争解決機関になることが先で、どの範囲を対象にするかも含めて、会員会社に提示できるよう努力したい。

(有識者委員)

自分が加害者や被害者になり、保険金が支払われないときや保険金の額に納得できないときには、最終的には損保協会の調停委員会で救ってもらわなければならない。一般の消費者にとって、裁判を起こすことは費用面でも難しく、ADR への期待は大きい。それに対して、損保のことであるのに約款は対象外という取り扱いは、消費者への説明の理屈が立たないのではないか。

(業界側委員)

今後検討していくので、しばらくお待ちいただきたい。

(業界側委員)

ワンストップチャネルに消費者が期待しているのはよくわかる。近頃、縦割りは何かと問題ありと見られがちだが、縦割りには縦割りの歴史的な由来がある。生保と損保には、生・損保の兼営

禁止規定が保険業法上に定められている。生保は長期間の究極の貯蓄商品であるのに対し、損保は1000円の保険料で100万円の保険金を支払うこともあるが、事故がなければ掛け捨ての商品であり、そのような商品性の違いがある。ADRは一般の手続きとは異なり、専門性に期待して設けられる紛争解決手段なので、それぞれのADRの担い手の問題が生じ、生・損保を一緒にするメリットとデメリットが存在する。そこも踏まえながら検討する必要がある。

(有識者委員)

金融に関するトラブルは一元的に扱って欲しいという流れがあり、そこから金融庁に金融トラブル連絡調整協議会が設置され、その中で金融ADRの話が出てきた。例えば、銀行で保険を買ったとき、その商品が生保会社のものか損保会社のものかわからない。第三分野商品だとなおさらである。そういう意味では、消費者庁に相談窓口ができたように、金融に関するトラブルを受け付ける専門機関が、専門的な知見に基づいて判断する体制になっていくだろうし、なって欲しいと消費者は思っている。少なくとも、ADRごとに温度差があると困るし、同じ保険業法の下で運営している生保と損保が違うという論理がどこまで通用するか疑問である。

(有識者委員)

統一的なADR機関については、既に存在する国もあり、将来的な課題だと思う。損保に相談がきても、別の機関が適切である場合には、きちんとアドバイスすると思うので、消費者がどこに相談すればよいかかわからないことがないように、各ADR機関が連携して、全体としてよい方向に向かえばよいと思う。

(有識者委員)

法曹も保険の仕事に携るが、あまりにも保険を知らないと感じることがある。司法試験の商法では、保険・海商法は除かれており、大学でも司法研修所でも保険を全く勉強しない。保険に絡んだ仕事をして、初めて勉強する状況なので、生保・損保・傷害保険と言われても全くわからない。ADRでは「弁護士等が紛争解決委員」となっているが、本当に対応できるのか、問題がないわけではない。今まで損保は守りの姿勢が強かったので、環境問題等で積極的に対応されているように、保険というものについて、小さい頃から身近に感じてもらえるよう、協会としても、小学生から大学生、実務家まで広く対象として様々な形で広報活動を行い、理解促進を促す活動が必要と感じている。

(業界側委員)

問題意識は全く同じである。協会から要望して、文部科学省の学習指導要領に「保険」の文言が記載されたように、着実に成果は出てきている。中学生を対象とした部分が若干手薄であるが、さらに力を入れていきたい。

司法試験の話も問題意識として持っている。判例には、交通事故のものがたくさんあるので、実務家としては、司法試験の1単位になってもしかるべきと思っている。この声がさらに広がるよう我々も努力するし、是非力を貸して欲しい。

(有識者委員)

今年も司法試験の選択科目を増やすか議論したようであるが、現状維持になったそうである。

(有識者委員)

保険教育はとても重要で、保険金をもらわないと損だと思っている人が結構いるが、保険は本来、掛け捨てが原則であり、事故の代償の保険金は、もらわない方がよいものである。保険は万一の備えであり、公的保険も民間保険も誤解されている。本来、生命保険は死亡事故に備えた商品なのに、最近は「預金」の機能を加えて売られており、矛盾した商品となっている。生保も掛け捨てであるべきであり、生保と損保に大きな差があってはいけないと思う。本来の名称も「生命保険」ではなく、「死亡保険」と言うべきである。死亡保険では掛け捨てが嫌だから、死亡しなかった場合にお金が戻ってくるように「預金」を組み合わせているような売り方に、元々、問題があると思う。基本的に生保と損保は同じ保険商品と理解している。

自然災害の動向と損害保険業界における環境問題について

(有識者委員)

保険にはリスクプールの機能があるが、あまりプールしすぎると無駄遣いが起こるので、様々な差別化を行っている。自動車保険では、事故を起こしやすい 20 歳代に高い保険料を設定しているのも、1つの差別化である。

最もわかりやすい差別化は、自動車保険で言えば走行距離である。走らなければ事故は起こらないはずである。環境問題が重要になってきている中では、走ればガソリンを使うので、本来は環境税をかけるのが筋である。それに加えて、自動車を多用するユーザーと休日しか利用しないユーザーの保険料に差をつける必要がある。一部の保険会社では、走行距離に応じた割引をしているが、これが今後の基準になると思う。標準の走行距離で契約しておいて、実際に走らなかったときは、相当の保険料を次契約に繰り越すか、払い戻せばよい。それが環境問題にとってもプラスになるのではないか。パンフレット等で啓発するより、エコをすれば自分も得をするというインセンティブとなるような制度を普及させるべきだ。損保協会としても、距離別の保険料を普及するような活動はできないか。

(業界側委員)

距離別の保険料を導入する際、実際の走行距離をどのように客観的に把握するかが問題となる。不正防止も含めて、技術的な問題を解決する必要があると思う。

(業界側委員)

距離別の問題は技術論からすると、保険料率のリスク区分の問題である。年齢、用途、車種などでリスク区分が設けられているが、区分を大きくするほどユニバーサルサービスに近づき、小さくするほどリスクに応じて保険料に差が生じ、リスクの高い人は保険料が高くなり、リスクの小さい人は安くなって差別化が進む。保険料率を設けるときにリスク区分は、社会的な公平性や効率性を見ながら決めなければいけない。そのときの判断基準として同一性の原則がある。例えば、18 歳の人には危ない運転をするので高い保険料を設定したとしても、実は 18 歳のうちの 5%だけが危ない運転をしていて、残りの 95%はそうではないという場合、同一性の原則を確保できない場合がある。また、分離性の原則というものもあって、男女でリスクの差があり、女性の方がリスクは小さいと言われているが、ある程度違いがあっても、それがリスクとしてしっかり分離されているかということ、若干の差であって、男女でリスクの差がはっきりするほどの差ではない。そ

のようなリスク区分は設けてはいけない。その他公序良俗の問題もあるが、技術論に照らし合わせて、距離の問題をどう捉えるか、保険業界の1つの課題である。

アメリカでは、環境対応車の割引が行われている。その根拠は、環境対応車に乗る人は意識が高く、エコ安全ドライブを行うだろうとの理屈であるが、実際には、たくさん距離を走るので、ガソリン代が安く済む車として購入する人が多い。そうすると、逆にリスクとして高くなるので、環境対応車の保険料を割り引くこと自体が、保険の技術的な観点から見て妥当なのか、これから大きな問題になると思う。

(有識者委員)

エコ安全ドライブ5か条は、とても大事なことであるが、正直あまり魅力的ではない。内容はその通りであるが、「エコ安全ドライブ CLUB」に個人登録をしたいと思うほどの強力なインパクトはないと思う。エコカーに乗るということで、環境に負荷をかけない方向は1つの考え方であるが、エコはエコだが、自動車の事故率とは別であるという中で、エコ安全ドライブの普及をどう進めていくのか、非常に難しい。

保険会社で環境問題という場合、最初に思いつくのは、パンフレットや帳票類の多さである。保険商品の簡素化や帳票類の簡素化を要望しているが、環境問題への配慮としても帳票の簡素化は必要である。環境問題の観点からも検討して欲しい。

(業界側委員)

エコ安全ドライブ5か条の第1条に「ふんわりアクセル」があるが、これはかなり効果があり、データにも出ているので、登録して実践して欲しい。

紙の問題については各社でも認識しており、環境問題を業界内で議論するときに避けて通れない問題なので、頭を悩ませている。紙を減らす運動を各社は一生懸命行っているが、過去はなかなか効果があがらなかった。

(有識者委員)

紙がとても多いと指摘すると、すぐに約款をWebで配信するという話になるが、パンフレットが30ページもあること自体おかしいと指摘している。そこがかみ合わないので、是非検討して欲しい。

以上