

第1回「保険商品の比較に関する自由討論会」議事録

1. テーマ 「保険商品の比較に関する自由討論会」
2. 開催日時 平成19年7月3日(火) 18:15~20:00
3. 開催場所 社団法人日本損害保険協会 会議室
4. 参加人数 114名
5. 議事録

司会

それでは、大変長らくお待たせをいたしました。定刻になりましたので、始めさせていただきます。

まず、本日は非常に皆さんご多忙の中、またお仕事帰りのお疲れの中、「保険商品の比較に関する自由討論会」に多数ご参加を賜りましてありがとうございました。

本討論会につきましては、5月16日に開催案内あるいはその応募勧奨のホームページを立ち上げまして、6月1日の応募締切りという非常に短期間での応募であったにもかかわらず、本日こうやって100名を超す皆様からご参加を賜りましてまことにありがとうございました。当初企画した段階でこの短期間で参加者の皆さん来ていただけるかと非常に心配もしておったんですが、非常に感謝をしております。

本日は第1回目ということもございますので、開会に先立ちましてこの保険商品の比較に関する自由討論会の運営趣旨、運営ルールについて簡単にご説明をさせていただきたいと思いません。

まず、ご説明の前にお願ひでございます。本討論会におけます写真撮影、録音につきましてはご遠慮願ひますよう、運営へのご協力をよろしくお願ひをいたします。

また、会場内におけます飲食、喫煙についてもご遠慮いただきますようお願ひをいたします。

さて、申し遅れましたけれども、本日の運営は2名の司会で務めさせていただきます。私は生命保険協会の業務企画部会長を務めてございます と申します。よろしくお願ひいたします。

司会

日本損害保険協会の業務企画部の でございます。どうぞよろしくお願ひいたします。

司会

以上2名、不慣れな司会ではございますが、本日の討論会が活発な意見交換の場となりますよう精いっぱい務めさせていただきますので、よろしくお願い申し上げます。

また、本日主催団体からの出席者といたしまして、向こうの方から、外国損害保険協会から
常務理事。

損害保険協会から 総合企画部法務室長。

生命保険協会から 企画部長。

以上の3名が参加をさせていただいております。合わせましてよろしくお願いいたします。

まず初めに、この自由討論会の開催経緯、趣旨について簡単にご説明をさせていただければと思います。特に先日の日曜日に一部テレビニュースで本討論会の開催趣旨、目的についてちょっと誤解のある報道もなされていたことから、改めて第1回の開会の前にこのあたりをご説明させていただきたいと思います。

まず、保険商品の比較に関する自由討論会のテーマであります保険商品の比較情報の提供につきましても、ご存じの方もいらっしゃるかと思いますが、平成17年4月から18年6月までの期間、金融庁の監督局内に設置されました「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム」において議論、検討が行われてまいりました。後ほど同検討チームの座長を務められました中央大学の野村教授より検討内容の概要について簡単にブリーフィングをいただきたいというふうに考えてございますが、検討内容について私からの説明は控えさせていただきまして、この保険商品の比較に関する自由討論会にかかわる部分だけ簡単にご紹介をさせていただければというふうに思います。

検討チームの最終報告書におきまして、比較情報の提供を促す環境整備の具体的方策の1つとして、比較情報の提供を促す環境整備を図るための協議会の設置というものが示されてございますが、同時に、その協議会につきましても比較情報の提供、サービスを行う第三者の皆様あるいは消費者の皆様、あるいは保険業界と行政当局との連携を図る観点から、こういったメンバーからなる自主的な協議会を設けることが適切であるというような示唆をいただいております。

同時に、最終報告書の中では協議会での検討テーマとしては、具体的事例に対してどのような比較情報が適切であって、あるいは不適切であるのかということについての検討、不適切な比較情報の把握等の役割を期待され、将来的には具体的な施策の検討というものが同時に示唆

されてございます。

本日第1回目を迎えました保険商品の比較に関する自由討論会は、この最終報告書の内容も参考にしながら、損害保険協会、外国損害保険協会、生命保険協会の3協会が運営主体となりまして実施を検討し、今日に至ったということでございます。

ただ、検討テーマにつきましては、最終報告書において先ほど申し上げたように何点が示唆をいただいておりますけれども、保険商品の比較に関する自由討論会につきましては特段の個別テーマというものは設定しないで、より幅広くに保険商品の比較状況の提供についてご意見をいただきたいと、こういうことをさせていただいております。

保険商品の比較に関する自由討論会につきましては、消費者の立場、販売者の立場あるいはその他さまざまな立場の方にご参加をいただきまして、自由にご意見を交わしていただきながら保険の比較情報についてのあるべき姿を模索していければと、こういった趣旨で開催をするものでございます。

一般的に消費者の皆さんが商品をご購入される際には一定の商品カテゴリの中で簡単に比較、検討ができることによって適切な選択が可能となると、こういったご意見をお伺いすることが多々ございますが。同時にわかりやすい比較情報というものと正確な情報提供というのはトレードオフの関係にあると申しましょうか、両立することが難しいというようなことが一方で指摘されているところでございまして、とりわけこの保険分野においてはその難しさという側面が非常に強く意識されていることが保険の比較情報の提供が進んでいないことの一因であると、こういうようなご指摘も一部でなされているというふうに承知もしております。

恐らく、本日ご出席の皆様におかれましては保険商品の比較情報の提供について非常に積極的なご意見をお持ちいただいて、中には従来と比べてかなり大胆な手法みたいなものをお考えいただいているという方もいらっしゃると思いますし。また同時に、比較情報の提供に当たって非常に慎重なご意見の方もいらっしゃるのではないかとこのように思います。本日はそういった意味で保険商品の比較情報の提供について、非常にさまざまなご意見、ご議論、こういったものが戦わされるものかなというふうに存じておりますが、ぜひとも皆様に積極的にご意見を主張いただいて、またほかの参加者のご意見にも耳を傾けていただいて、保険マーケットにさまざまな立場で参画されている皆様の相互理解が深まって、認識の共有化が図られるのであれば非常に幸いかなというふうに運営者として考えてございます。

少し前置きが長くなつたんでございますが、これより本討論会に関する進行について説明をさせていただいて、その後野村教授の方からブリーフィングをいただいて、以降、順次事前に

事前登録をいただいた方に意見発表をお願いしてまいりたいと、こういうふうに思っています。

この意見発表につきましてですが、5分程度をめぐりにご発表いただきますようお願いいたします。大変失礼かとは存じますが、目安として5分経過いたしますとこちらにあるベルでございますが（1回振鳴）、こういったものをちょっと鳴らせていただきますので、ご参考といただければというふうに思います。

また、事前に発言登録いただいた方以外の参加者の皆様につきましては、この事前の登録していただいた方のご発言の後に自由討議の時間を予定してございますので、その場でまたご意見を賜ればというふうに考えてございます。

自由討議に当たりましては、これからお願いする次の3点についてご協力をお願いしたいと思います。まず1点目なんですけれども、ご発言いただく際のルールでございます。ご発言いただく際には、皆さんお手元の方に番号の書いたクリアファイルをお持ちかと思いますが、そちらの方を司会の方に見えるようにかざしていただけますでしょうか。そうしましたら私の方から番号を指名させていただきますので、最寄りのマイクスタンドの方にお越しいただきましてご発言をお願いしたいというふうに思います。

当然のことなんですけど、参加者の皆様いろいろご意見あると思うんですけども、ご発言中には決して野次とかそういったことがないようにお願いしたいというふうに思います。

次に2点目でございます。本日は代理店、ブローカー、あるいは比較情報提供会社、消費者団体、保険会社あるいは行政当局ということでさまざまな団体の組織にお勤めの方からご出席いただいておりますが、恐らく参加者の多くの方は個人としてのお立場で結構参加されているのではないかなというふうに拝察してございます。この場の発言をもってその当該組織としての公式見解というふうに思われるとちょっと不都合があるという場合には、発言の際にこれは個人のご意見なのか、あるいは組織としての公式意見なのかということをお明らかにした上でご発言いただければ、より誤解が生じないのかなと思いますので、合わせてお願いいたします。

最後、3点目でございますが、保険商品の比較に関する自由討論会は参加者のご意見を相互交換しながら建設的な議論を進める場というふうにしてまいりたいというふうに考えてございます。したがって、個人だとかあるいは個別団体、企業等に対する、個人個別攻撃的なご発言は差し控えていただければよろしいかなというふうに思いますので、念のためお願い申し上げます。

最後になりますが、本日の議事録につきましては後日自由討論会のホームページにまたアッ

ブさせていただきます。ただ、その際には発言いただいた方の固有名詞は伏せて掲載をさせていただきます。また、保険商品の比較情報の提供にちょっと関係がないご意見につきましては議事録から割愛させていただきますので、その点はあらかじめお含みおきいただきますようお願い申し上げます。

司会

それでは、ただいまから第1回の「保険商品の比較に関する自由討論会」を開会いたします。では、よろしくお願いいたします。

それでは、まず最初に、「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム」の座長を務めていらっしゃいました中央大学の野村教授より、検討チームでの検討経過等についてお話しただきたいと思います。

では、野村教授、よろしくお願いいたします。演台の方にお進みください。

野村教授

ただいまご紹介に預かりました中央大学の野村でございます。この貴重な機会に先立ってお話をさせていただきますことを大変光栄に存じております。私、遠くの方はわからないかもしれませんが、今けがをしまして、先週末金曜日ぐらいに大学の階段でゴンとこけてしまいまして、血を吹き出して私も生きているんだなということを確認したんですけれども。今こんなところで話しているよりは保険金の請求をした方がいいんじゃないかなと自分では思っていて、そんなこんなでちょっとパニックしているところもありますけれども。

私、今ご案内いただきましたように、もともとこの協議会が立ち上がるきっかけをつくらせていただいたこともありましたのでその経緯についてお話をさせていただき、私が考えておりますこの協議会が目指すべきものを少しお話しさせていただこうと思います。

しかし、これは協議会そのものは皆さんのものというか日本中の人のものでありますので、これからの議論がどう進んでいくのかというのは何も方向観が決まっているわけではなく、やっていく中でだんだんいいものができてくればなと思っております。

ただ、最初に提案をさせていただいたときにどんな議論があって、それがどうしてこういう形になったのかということだけをまずご紹介させていただくというのが今日の私の役割でございます。

今日は金融庁の方もいらっしゃいますし、さらに私どものワーキンググループのメンバーの

方々もいらっしゃいますので、私が申し上げることがすべて正しいかどうか、いらっしゃる方との意見が違つかもしれませんが、今日は正しいことをお話するわけではなく、むしろその議論の最初の出発点、口火を切らせていただくということでもありますので、ご勘弁いただきながら私が代表してまとめさせていただこうと思います。

既にご案内がありましたように、このワーキンググループ自体、検討会なのですが、この検討会は金融庁の中に監督部局がありまして、その監督部局の中に保険課というのがあります。その保険課の課長が、自分が監督指針を作成していく上でどういうやり方が望ましいのかということを経験した人の意見を聞きながら進めていこうということで召集されたもので、監督当局の課長の私的な懇談会という形になっています。

しかし、実はその背景にはもうちょっと大きな動きがありまして、皆さんはご存じだと思いますけれども、金融庁はしばらくの間不良債権問題が大きな問題だったために、それを集中的に解決するためのプログラムとして金融再生プログラムというのを動かしていたわけです。その結果、不良債権は大手銀行の不良債権が8%台から最後2.9%に下がるという大きな成果をあげたというのが2年間のプログラムによって実施されたものでございます。

そうなりますと、いよいよマーケットが平常化してきましたので、本来金融庁が目指すべき金融市場のあり方をもう一度一から目指していこうという動きが出てまいりまして、金融ビッグバンという言葉があったわけですが、不良債権処理に追われてなかなかその実があがっていないということから、改めて金融機関の人たちと一緒に、日本の金融マーケットをよりよいものにしていこうというプログラムが展開されるようになりました。

それがこの3月までの間2年間にわたって展開されておりました金融改革プログラムと言われているものでありまして、このプログラムの策定は平成16年の秋から平成16年の冬にかけて、その当時の金融担当大臣でありました伊藤達也大臣の下で私的懇談会が設けられ、そこで検討がなされていたということでございます。

そのプログラムの中に何とその保険の比較というのが書かれていました。あるいは保険の販売のあり方ということを検討しようということが書き込まれていたわけでありまして、実はこのときはまだ保険業界の不払い問題も問題になっていませんでしたし、あるいは保険料過払い問題も問題になっていなかった時代、つまり、マーケット的には不良債権問題がようやく落ち着いてよかったというふうにみんなが思って少し安堵していたこの時期に、保険の販売のあり方とかあるいは比較情報の提供のあり方について考えて、いいマーケットをつくらうというそういうプログラムが実は示されたわけでございます。

そこで、それを受けてつくられたのが私どもの検討会でありまして、何も保険の不払い問題が起こったからそれを何とか解決しようということでは立ち上がったものではないわけでありまして、むしろ長期的なスパンに立った日本の保険の販売のあり方についての基本的なあり方をきちんと考え直していこうというそういうプロジェクトであったわけでありまして、立ち上がった当初は静かな立ち上がりで、長い時間をかけてその施策を提示してきたということになるわけでございます。

その中で出てまいりましたのがご案内のとおり契約概要というものでありますとか、あるいは注意喚起情報というものです。さらには今回意向確認書面というものが4月から導入されていますが、これらを次々と提案をさせていただき、実際にもう実務に反映していただいているという形になっているわけでございます。

この最初の契約概要、それから注意喚起情報と言われているものは正しい情報提供のあり方、十分な情報提供のあり方をより一層良いものにしていこうと、情報提供のあり方を検討したものでございます。

2番目の意向確認書面と申しますのは、いわゆる適合性の原則という言い方がありますがけれども、保険という商品は金融商品の中でもリスク性のあるものと補償（保障）性のもので分かれます。リスク性のあるものとしましては、例えば変額年金保険のような元本割れの可能性のあるようなものでございます。もちろん今は元本保証のものが出ていますから割れないというものはありますけれども、リスク性があるというもの。それから、例えば為替のリスクが伴っているような外貨建ての保険商品のようなもの、こういったようなものは為替リスクがありますのでリスク商品ということになるわけでございます。こういったリスク商品についてはご案内のとおり、金融商品取引法という名前で成立しました当初投資サービス法という法律の中で検討をし、他の投資信託ですとかそういうものは一緒にきちんと消費者に正しい情報を提供して、それを間違いのない形で販売をしていこうというプロジェクトが大きく動いていたわけでありまして。

しかし、保険は補償（保障）性のものでありますから、そういう点ではリスクのある商品に関する販売の仕方とは違いますが、しかし何と申しても私たち消費者、私も消費者の一人ですが、消費者にとってみますと、たくさんのお金を払っているすごく大事な金融商品なわけですから、つまり、不動産を買ったりするときに丁寧にものを見て見極めて買うのと同じぐらい高いお金を払って買っている金融商品ですから、やはり私たちは安心感のある形で買いたいと思っているわけですから。

こういうものに対していわば投資性はないけれども、もう少しきちんとした販売ができるようにするために、ニーズに合ったものを売ってもらえるという環境をつくってもらえないだろうか、という話に変わっていきました。適合性の原則というのはどちらかというと投資性の商品について、投資経験のない人には売らないというルールですけれども、そうではなくて、保険についてはむしろニーズに適ったものを過不足なく売ってもらうにはどうしたらいいのかという話が持ち上がってきまして、その施策として意向確認書面というものを最後の段階でお渡しいただき、ニーズに合ったものが売り買いできたかを相互に確認し合うという施策を導入させていただいたということになっているわけです。

そして最後いよいよ第3のテーマ、この金融改革プログラムに書いてあったのですが、実はやはり私たちは保険というものをできるだけ比較していいものを買いたいという思いがあるわけです。ものを買うときに私などもいろいろなものを買います。普通の消費者ですから。そうしますと、そのときに、結構凝り性なものですから、例えば車を買うときにもほとんど変わりがなくてもいろいろパンフレットを集めてきてこっちがいいあっちがいい、値段に比べてここがどう違うのかという表を作ってみたりして自分で買ったりする。そういうものについて、車屋さんに聞きますといろいろ教えてくれるわけで、表もちゃんと作ってくれて「ここの部分はこうなっていますよ、あちはこうですよ、こっちはこういうふうに違います」と教えてもらえるのですが、保険の場合はどうもそういうことが余り行われずに、売る商品一辺倒で「これだけが今私が売りたいものです」というものだけが売られているという環境があるというわけでありまして。

大きなもの、高いものを買っている割には私たちは十分な比較ができないままものを買うという状況に陥っているので、ここはもう少し改善して欲しいというのが消費者の一般的な感覚ではないかなと思っているわけです。

ではルールはどうかということですが、ご案内のとおり、保険会社は保険業法という法律によって規律されていますから、保険業法に違反しますと処分を受けます。その保険業法の300条以下のところを見ても、比較をしてはいけないとは書いてありません。ただ、比較をすることによって誤解を生ぜしめるような比較の仕方はルール違反ですということが書かれているわけでありまして、ここがちょっと難しいわけです。

つまり、比較をしようというインセンティブは保険会社の方にもあるかもしれませんが、比較をした方が売りやすいという商売上のインセンティブがあるかもしれませんが、そのことを行うことによって誤解を与えたということになってしまいますと結局は処分を受けてしまうこと

になりますから、危ういところには近づかない方がいいという話になってまいります。

ましてや、さらに保険というのは実際にはセールスに来られる方、あるいは損保の場合どちらかという代理店という別な業者の方に委託をして販売してもらおうという形になりますから、そこ全部を管理しきっていくということはできないとなると、下手なことをやられて本社自体が処分を受けるようであれば、やらないようにしてくれという方向に向かっていくことになるわけです。

そこで、やらない方が安全だということになりますと、私たち消費者にとってみますと一歩踏み込んでやって欲しいところが結局だれもやってくれないという形になるということだろうと思うわけです。

だとしますと、やはりこの問題を解決するためには誤解を生ぜしめる比較というのはどんなものなのだろうかとか、どんなものだったら正しい比較のあり方なのだろうかということを中心に決めて、みんなで了解のとれるようなものが実務としてでき上がってくれば、保険会社の方も恐る恐るながらも比較ということをしてくれるようになってくるだろうというのが1つ考えられるわけです。

さて、そのような観点が一方にあります。しかしながらもう1つ比較というのは何も保険会社さんの独壇場の問題ではないわけです。つまり、販売をされるいわば代理店の方、仲立人の方もいらっしゃるでしょう。さらには一般の方だって比較しても悪いわけではないわけです。情報を提供する上で一般の方は別に免許がなくたって比較しても悪くはないというふうになっています。その結果、現実はどうかと言えば、インターネットの世界に入っていきますとちょっとボタンを押せば保険の比較サイトというのはたくさん出てくるわけです。そこで、その運営の主体もよくわからないし、どういう根拠から比較をしているのかわからないけれども、データを入れたら何か特別な保険会社が紹介されて、そこへ行ったらいいことがありそうだとということになりそうだというふうになったので、じゃあそこで買いませんか、という買い方をしている人もいます。しかし、その中には今行っている方は立派な方かもしれませんが、簡単に言いますと、だれでもできるということになれば詐欺的な誘導というものも起こりかねないということになるわけです。

しかし、ここは監督対象ではありませんから金融庁も見たって何もできないという話になってきます。すると、この分野は私たち消費者の側から見て考えてみると、変な業者が入り込んでこないように健全なプラクティスがそこに存在していて、きちんとした比較というものが健全な知識を持ったきちんとした能力のある人によって展開されているという環境が整ってい

ないと、結局は誤った情報提供が蔓延し、それに誘導されて間違っただけのものを買わされてしまうということに陥りかねないということにもなるわけです。

そういう意味でやはりこの協議会は何をすべきかと言えば、いろいろな人たちが知恵を出しているいろいろな立場から、買う人、売る人、媒介する人、仲介する人、あるいはインターネットでいろいろなビジネスを展開しようと思っている人、他にもいるかもしれません。私みたいに何となく関わりを持ってしまった人とかそういう人もいろいろあるでしょう。そういう関係のある人たちがみんな知恵を出し合って、その中でいいものを考えていく。そうすればこのやり方だったらみんなが納得できるということになると保険会社さんの方も一歩乗り出してきてくれるかもしれません。あるいは消費者の方がもっといいアイデアを出していけば、それがビジネスにつながると思って健全な仲介業者の方々が新しい紹介の仕方をどんどん技術として開発していってくれるかもしれない。そうすればそれが私たちの社会をより豊かなものにするかもしれないし、保険というものを買いやすい環境に変えていってもらえるかもしれない、そういう夢がちょっとあるわけなのであります。

そこで、報告書の中に協議会を立ち上げましょうという話にしたわけですが、協議会ということになりますと1つのイメージは、いわゆる業界の方がこの人だったら意見を聞いてみたいなと思う人を勝手に集めてくる、あるいは役所の方がこの人を何となく集めてきて意見を聞いておけば何とかなるだろうという、そういうやり方も1つあるわけです。私の今回の検討会まさに皆様方から別に投票で私を代表として選んでもらったわけではないわけです。にもかかわらず、そこで話し合ったことによって世の中が若干動くわけなのですね。でも、それはもしかすると本当に皆さんの意見が反映されているのかということとそうではないわけでありまして、可能であるならば、むしろ民間は民間の力で自分たちの知恵でいろいろなものをいろいろな人が出し合っていいものを作り、さらにはこういう協議会があれば変なことをしようすると人たちにプレッシャーがかかりますので、悪い虫が入り込んでこないというそういう環境をつくることもできるだろうと思うわけです。

私は今日金融庁の方がいるところで特定の団体に対する批判はすると言われてはいますが、別に金融庁を批判するわけではありませんが、役所はやはりどうしてもこういうことは自分たちの仕事だというふうにして一生懸命自分たちでやってくれるということもあるのですが、それに対して民間というのは「役所はやりすぎだ」とよく言うことがあります。役所がやりすぎだから、結局民が力がなくなってしまうということがありますが、私は逆だと思っています。実は日本は民の力が弱すぎるのです。つまり、官の力が強すぎるから民が弱まった

という因果関係はあるかもしれませんが、それはそうとしましても民が弱すぎるので、民の力がもっとみんなで私たちがパワーアップして行って、あり方を自分たちの力で決められるようになれば、別に役所に出てきてもらう必要はないわけです。買う人が売る人に対して「こうあって欲しい」と言ってそこで話し合いがつけばそれで世の中って丸くおさまるわけで、何もやり方を役所に決めてもらう必要はないということになります。

しかし、やはり役所の方はサイレントマジョリティーとあって、こういうところに来られない人たち、そういう人たちの意見をやはり代弁していらっしゃるので、私はこういう会議の中でメンバーとして参加していただくに値するし、一生懸命意見を言っていた必要があると思いますが、役所の意見が全部通るわけではないということがまたこの協議会の醍醐味であって欲しいなとも思っているわけであります。

そういう意味では民の力、民の発想、そういったものをどんどん出して、そしてちょっと及び腰になっている業界の方もいるかもしれませんが、そういう方々にこれだったら商売になるのではないかというような思いが出てくるかもしれないし、あるいは今現に存在しているよくない比較についてはプレッシャーをかけて、そういうものがだんだんついていくような環境も作っていきたいと思いますし、また、そこに新しいビジネスを見つけ出した人、若い人がここでビジネスできるのではないかと思ったら、立派なホームページをつくってそこで広告料をかせぐ人が出てきても私はそれは別に構わないのではないかと考えています。

そういう点で民の力が発揮されていく、そういう機会になればと思ひまして、この協議会に私もメンバーとして、今日本当は保険金の請求の方を先んじてやらなくてはいけないと思っ
ていながらも、93番でありますので、私も93番の札をできれば後ほどの討論会のときに上げさせていただければなと思っています。

今日、私が期待した以上にたくさんの方が来られていますし、もう既に意見を述べたいと思
ってうずうずしておられる方、こういう方がおられるのに、何でもう15分経っているのにチ
ンと鳴らないのかと知っている方も多いと思いますので、もうチンと鳴ったということでここ
らで終わりにさせていただこうと思います。

本当にいい協議会になりますように期待しております。

どうもありがとうございました。

司会

野村教授、どうもありがとうございました。

それでは、いよいよ事前にご意見をご登録いただいております意見発表者の皆様からご意見の発表をお願いしたいと思います。

それでは、私の方からお名前をお呼びさせていただきますので、お名前を呼ばれました方は、大変恐縮ですが、演台までお進みいただきましてご発表をいただきますようお願いをしたいと思います。

なお、発表に関わる今日ご参加の皆様からのご意見につきましては、まず先に事前にご意見をいただいて登録させていただいている発表者の方の発表がすべて終了した後にまとめて伺いたいと思いますので、よろしくご了解いただきたいと思います。

消費者

先ほど意見を述べたくてうずうずしているとおっしゃいましたけれども、実は私代理で来まして、しかもいきなりトップバッターで、今ちょっと面食らっているのですけれども。事前にごこういったことを言って欲しいと今日来られなかった人間に言われているのですけれども、ただ、私なりの意見というか考えを述べさせていただきたいと思います。

まず、私は仕事柄金融機関の営業を担当しております、保険会社さんあるいは銀行さんによく出入りをさせていただいています。その中で、取引の保険会社さんも私のところに来られて結構営業されていくので、いろいろな保険会社さんと取引をしております。その中で、いろいろな保険をご紹介していただくのですが、その保険がやはり非常に複雑で、高額であったり、あるいは契約の期間等、こういったものが非常にまちまち、それによってまた条件も変わってくる。そこにいろいろな特約がついてくるという中で、非常にやはり比較というのが消費者的な立場からするとわかりづらいというような問題があると私も認識しております。

では、安直にそういった方々から保険契約とならないで保険の比較サイト等で比較させていただくかということ、保険の比較サイトというのはこれまた結構自分の個人情報を入れないといけないと、その中には当然機微情報とかそういったものも入れないと保険の比較をしてもらえないという形がありまして非常に使い勝手が悪いなと思っております。じゃあ、出入りの保険業者の方に保険を依頼するかということ、今度はこれでまた非常に断りづらいという問題が出てきます。

最近、銀行の方で窓販というのが始まりまして、私はこれは非常にいいのかなと思っております。銀行に行って自分の入金状況とか資産状況というのを銀行の方は把握していただいていますし、いろいろな投資商品を扱っているという中で、適切な保険の紹介というのもしていた

だけののかなと考えていたのですが、ところが今度、金融商品取引法というのができまして、これで非常に勧誘ルールというのが厳正化されて、銀行からするとその実質化を求められているというところで、恐らくこういった法律が施行されると逆に、保険の比較というか金融商品の紹介等が逆にうまくしてもらえないんじゃないかと考えて、そこに非常に懸念を感じています。

私としては保険を購入する立場の人間としては、パソコンを買うときにも各社同じような諸元表というのがあって、そこで横並びに簡単に比較できるわけです。同じような環境というのをやはり整えてほしい、特に銀行窓販とかそういうところでも積極的にそういう比較をやって欲しいなと考えています。

ただ、その際金融商品取引法等が今後どう絡んでくるのか、少し私は懸念してしまっていて、逆に銀行さん等で取り扱っている商品というのは横並びに比較するように指導をするとか、そんなことができないのかどうかということも検討していただければと考えています。

あともう一つ、ちょっと全然話が変わるのですけれども、いろいろな今カードとかそういったものに保険が付帯していると思うのですが、先日私の母が海外旅行に行ったとき、階段から落ちて足を骨折しまして、海外旅行保険に実は入っていなかったのですが、そのかわりにカードはいっぱい持っており、保険金の請求をいろいろしました。最後に一言だけ。要はちょっと言いたかったのは、いろいろなカード等に保険が付帯しているのですけれども、それが全然今まで意識しておらず、それはそれで結局は補償（保障）がしてもらえたので非常にありがたいことなのですけれども、保険会社としてはあるいはカード会社もそうだと思うのですが、そういったところをもうちょっと明確にわかりやすく消費者に意識をするような広告の仕方あるいは案内の仕方というのをきちんとしていただきたいと思いますと考えております。これは銀行の窓販に関してもそうですけれども、もっとわかりやすく消費者の方に紹介していただけたらなと考えております。

お粗末でありますけれども、以上とさせていただきます。

司会

どうもありがとうございました。

すみません、ちょっと司会の不手際で申しわけございませんでした。ご発言される方は、自分がどういった立場の方なのかということをおあらかじめ一言言っていただいでご発言いただくと聞いている方がわかりやすいかなと思います。今の方は消費者という立場でご発言いただい

たと思うのですが、固有名詞までは結構ですので例えば代理店であるとか保険会社に勤務しているとか、そういったことを一言言っていただくと会場の皆さんも理解いただきやすいかなと思いますので、よろしく願いいたします。

それでは、次の方、お願いいたします。

保険会社（資料1 参照）

保険会社からまいりました。まずはこのような機会をいただきまして、3協会の皆さん、どうもありがとうございました。野村先生、金融庁以下の皆さんのこれまでの枠組みづくりに対して本当に感謝申し上げたいと思います。

簡単に申し上げます。当然組織としての発言ということになります。

私どもは金融機関を中心にほとんど金融機関代理店経由で個人年金を販売しております。したがって、そのスコープの中での意見ということでお受けとめください。一般の専門外務員、専門営業職員等を念頭に置いた発言ではありません。

そういった観点から申しますと、比較情報というのはぜひ普及実現していただきたいと思っております。これはやはり個人年金の複雑性からいって、情報提供者側の影響力が市場形成に非常に大きな影響力を持ちます。市場の潜在成長力を考えた場合に、多様なニーズと多様な商品の組合せ、これが実現することが最も市場全体のパイの拡大を促すであろう、あるいは消費者のニーズにも応えるだろうということからでございます。

それから、比較情報の具体化の点で幾つか申し上げ、幾つかというか簡単なことなのですが、まずそれは網羅的であっては余り使い勝手が悪いでしょう。やはり募集検討会の中で相互に保険募集というのは作り上げていくというような表現がありましたが、ある程度の募集プロセスの中でニーズがぼんやり見えてきたところで差し出すものであると思います。お配りした資料、別に余り煮詰めたものではないのですが、そういった途中段階でサッと出すものだろうという程度でお受けとめください。

それから、とかく比較情報といえますといわゆるランキング的な発想になるかと思いますが、これは「これが一番お得です」ということは全く意図するあるいは目指すものであってはならないと思っています。いわゆる例のコーヒーじゃないですが、違いがわかるというか、ここが違うのだということを認識させるための情報であって欲しいと思います。個人年金と一口に言いますが、相続を念頭に置いてこられる方、なるべく資産を伸ばしたい方、それから年金の受給を完遂したい方と様々ですので、そういった話の中で通常金融機関代理店さんは3から4、

あるいはそれ以上の年金商品をお持ちですので、この商品にはそういう側面からこういう違いがあります、という説明が実現できれば、と思っております。

この具体化に当たっては、もちろん消費者の皆様あるいはメディア、マスコミのいろいろなビジネス週刊誌のご意見を踏まえるのは当然として、作成していく主体は生保協会内に置いていただきたい。生保協会の中できっちり全保険会社共通認識の上で比較項目の特定・選定をできればと希望します。

例えば自動車で言いますとテンモード燃費であるとか最小回転半径であるとか、重量対馬力であるとかいろいろ確立された比較情報がございますが、そういった項目の特定をぜひ生保協会内で業界共通でできればと思います。

それからもう1つ。作ることは簡単ですけれども、商品の改定や新商品の開発というのは日進月歩というか非常に頻繁に起こります。金融機関代理店さんがそれを使うことを念頭に置くと、絶えずそのアップデートが必要になりますし、そのデータベースが必要になります。ぜひこれも生保協会の中でプロジェクトを立ち上げていただいてやっていただきたいと金融機関代理店販路を中心として営業しております保険会社としてはそのように願っております。

私が用意してきた意見は以上でございます。

司会

ありがとうございました。

それでは、次の方、お願いいたします。

格付機関

私は格付機関でアナリストをやっています。この区分で言うと比較情報の提供者というところになります。

比較情報といっても商品の比較と会社の経営内容の比較の2つあると思いますが、後者の、会社の経営内容の比較を専門にやっている立場です。ただ、今日は個人の立場でお話をさせていただきたいと思います。

私が仕事でやっている格付けの符号は、弊社の他にもS & PさんとかムーディーズさんとかJCRさんとか格付会社はたくさんありますが、その格付け自体、販売現場では意外に使われていないというのが、実はこの半年ぐらい私がリサーチした中での印象です。

格付けの信頼性がどうかという根本的な品質の問題もあるのかもしれませんが、世の

中が落ち着いてしまっていること、格付けを見なくてもいいや、という雰囲気になっていることが大きいと思います。

それから、例えば銀行など複数の保険会社の商品を扱うところは、本来、格付けがより必要になってくると思いますが、このようなところは過去に保険会社がボコボコつぶれるということを経験していない。だから、販売会社だから関係ないと思われているのかもしれませんが。けれども、実際当時の修羅場をくぐっている方々はかなり大変だったわけです。自分のお客さんが痛むわけですからね。こういうことを多分知らないのではないかと思います。

もう1つは、これが一番大きいと思うのですが、販売現場で安易に比較表を作ると、格付けといえども、300条で格付けは使っていないとなっているのですが、それでも比較表を作り、それを使って商売するというのはできないわけです。これは情報提供している側からすると、どうかしているのではないかと。会社の選択情報というのをもう少し普及するようにできないものかと思っています。

ところが、検討チームのレポートを見ると、会社選択情報はほとんど議論されていないような感じです。特に格付けのところを見ると、「現状の格付機関による格付けは勝手格付けと依頼格付けが混在しており、正確な比較の対象にはなじまないものと考えられる」とある。これはひどい。格付け情報を提供している側としては、非常に切ないものがあります。

品質の悪い情報が淘汰されていくということは必要だと思うのですが、使えるものは使っていく環境、特に販売の現場で自由に使えるようにしてほしいと思います。

これだけだと何か会社の宣伝をしにきただけみたいになってしまうので、別のコメントもします。私は格付けの仕事をしている傍ら、例えば経済誌で原稿を書いたり、金融庁のソルベンシー・マージン比率の検討会のメンバーとして発言をしたりといった仕事もしています。保険業界を見ている中で、商品の比較の情報について1つだけコメントさせていただきます。

商品全部を無理に比べようとするというのは基本的に無理だとは思いますが、消費者が何を欲しいのかというと、できるだけ安い料率で、できるだけいい補償（保障）を欲しい、これが基本だと思うのです。そのための比較だと思います。ですので、料率を比較する手がかりが最低限欲しいと思います。保険会社は嫌だと思うでしょうし、誤解を招くということと言われるのかもしれませんが、やはり価格情報がきちんと比べられなくて何の比較かと思えます。

もちろん、今ある商品を念頭にすると途方に暮れる部分もあると思います。それでも中身のコアの部分だけを取り上げて、そこだけでも比べるとか、さらに、商品のシンプル化を促すと

か、こういう方向で何とか保険商品ごとに料率と補償（保障）を比較して選べるような世の中にできないかと思っています。

以上です。どうもありがとうございました。

司会

どうもありがとうございました。

そういたしましたら、次の方、お願いいたします。

弁護士

私は弁護士を大阪でやっている者でございます。この区分で言いますと法曹関係者というか弁護士は保険商品とか販売するわけではないので、むしろ消費者としての立場になるのかなと思います。そういう立場から個人的な意見を述べさせていただきたいと思います。

保険というのはよく言われのですが、目に見えない商品で非常にわかりにくいと。それで、最近複雑な内容になっておりまして、非常に消費者というか我々を含め保険を選ぶ中でなかなか具体的なイメージを持つことが非常に難しいものだと思います。それに関しまして比較情報、例えば比較表とかがあれば、その商品内容について他と比較することによってより具体的なイメージを持つことができ、自分に合った保険商品を選ぶのに有用なのではないかと思えます。また、そういう比較というのが促進されることによりまして、保険会社間の競争というのが促進されることになりまして、それが恐らく結果としては保険料が安くなったりですとか商品内容がよりよくなっていったりとか、そういう適正な競争というのが促進されるんじゃないかと。そういう観点から比較情報の提供というのは消費者にとって有益なものであると私は考えております。

しかしながら、現状を見ますと、保険会社ですとか保険募集人ですとか保険業法の対象事業者の方々による比較情報の提供が積極的に行われているというのは言い難い状況なのではないかと考えております。一方で、先ほど野村先生のお話にもありましたように、対象事業者の方以外のパソコンでいう比較・見積りサイトですとか、そういう比較サイト等によって比較情報の提供というのはかなり普及している現状ではないかと思えます。

これらのことから消費者の比較情報へのニーズが高いことがうかがわれます。このように比較情報の提供の現状は、まさに保険を販売する方からは行われていなくて、それ以外の方によって行われている。素直に見るといびつな状況になっているのではないかと考えております。

このように比較情報の提供というのは現状促進されているとは言い難いですが、その1つの原因としましては、保険業法上禁止されている「誤解させる恐れのある比較情報」とは何か、規制が不明確ではなかったかということ指摘されております。これに関しましては、現在金融庁の方におきましてもうパブリックコメントに案が付されているのですけれども、監督指針の改正作業が進められておきまして、大まかに言えば、契約概要を比較表の対象とした全商品に交付できるような体制を整えて、それで一定の注意喚起文言をすれば誤解させる恐れがない、そういう留意点が明確化されようとしております。

こういういわばセーフハーバールールのようなものが明確化されていけば、この規制が不明確で比較情報の提供が促進されないのではないかというような指摘には応えられると思います。しかしながら、いかに規制が明確化されたからと言いましても、そもそも比較情報の提供を行うかどうかは保険業法で義務付けられているものではなくて、保険会社なり保険募集人の方が自主的に行うものなので、現状の余りに比較情報の提供が行われないような状況を見ますと、規制が明確化するだけでは心もとないのではないのかと考えております。

これまで私が知り得る限り、このような様々な関係者の方が集まりまして消費者の方々のニーズ、商品選択に資するような比較情報とはどのようなものかというのが議論されたことというのはなかったものと考えております。本協議会がそのような場になれば比較情報の提供を促進していくにあたって大きな第一歩になるのではないかと考えております。

さらに結果としまして、関係者間に何らかのコンセンサスのようなものが生まれてくるようになりましたら、それをこの協議会が情報発信していくことにより、比較情報を提供される方の有益な参考情報ともなると考えております。そのようになればより意義深いものになると考えております。

いずれにいたしましても、冒頭で申し上げましたとおり、比較情報の提供が有益であるということは論を待たないのではないかと考えております。本協議会におきましては比較情報の提供を促進するにはどのようにすればいいのか、消費者に誤解を与えないようにするにはどのようにすればいいのかといった比較情報の提供を少しでも促進させようと、そのような観点から忌憚なく、遠慮なく関係者の方々同士が議論を戦わせることが一番大事なのではないかと考えております。

以上でございます。

司会

どうもありがとうございました。

それでは次の方、よろしく願いいたします。

保険会社

私は保険会社で支払査定、保険金給付金の支払査定の仕事をしております。支払査定時に申込書を使ったりして申込時の状況を確認して、これによりまして契約内容変更や契約解除等を行うことがあります。これは健全な会社運営のための危険選択の一環で行っております。この支払査定から私が感じるのは、お客様が告知の程度がわからずに告知しなかったという事態にさせないことです。これは、お客様が一番契約時に思っていたとおりの支払をしてもらえなかったというニーズに合致していないということもあると思います。

いろいろ過去に検討チーム等で議論されたものを拝見しまして、申込時に説明不足とかちょっと誤解しやすい説明があった場合、支払査定からはやはり会社の方に問題があるのであれば契約内容変更や契約者解除等は、もしお客様に非があったとしても行っておりません。

あと、お客様の方で告知をしなければいけないのに告知しなかった場合というのも、お客様がある程度非を認めてくださいますので、割と解除とか契約内容変更のご連絡を差し上げて割と素直に、お客様の方もご了承いただいております。

そこで、いろいろこうならないために今まで保険会社でも募集時の資料として用意しておりますけれども、現在の募集資料についてどのように感じているか、後ほど皆様からご意見をいただければ幸いです。

あともう1点あるのですが、私たち査定の立場から、お客様から他社さんとの支払等の違いを質問されることがあるのですけれども、その中に商品性の違いによるものがあります。今の状況ではまず比較情報が全くないので、具体的な違いがわかりませんし、あと支払のご請求いただくものについては販売していない商品もございますので、大変情報が少なくて説明に苦慮しております。もし販売勧誘時の比較情報の資料を提供できるようになりましたら、支払に関しての商品の比較情報もできましたら作っていただきたいなと思います。

以上です。

司会

どうもありがとうございました。

それでは次の方、よろしく願いいたします。

保険仲立人

保険仲立人協会のものでございます。これから私のお話しすることは業界代表というよりも、まだこれコンセンサスを得ている状態ではないのですが、こういう方向で進んでいるということでお話ししてみたいと思います。

私ども保険仲立人というのは顧客と保険会社の間に立って保険契約の締結の媒介を行うものです。法の298条では顧客のために誠実に保険契約の媒介を行わなければならない、つまり、誠実義務、またはベストアドバイス義務を課されているわけです。保険仲立人は顧客のために顧客のニーズに最も合致した保険商品を提供する、これが義務付けられておりまして、常に保険商品の比較を行い、顧客にとって最も優れた保険商品の提供を行っている。つまり、今日のテーマであります比較情報、これが我々保険ブローカーの最も得意とするというかそれを使命として取り組んでおります。

これから少しPRになるかもわかりませんが、さらに法によって今般公表されました監督指針の一部改定案にある比較表示を行う主体はどのようなものかというのがありますけれども、つまり自己の立場の説明、これはもう既に実施しておりまして、またこれも法によるのですが、結約書、これを締結しております。この結約書には顧客のニーズに合致しているかどうか検証を行う。今言われている意向確認書面、これも既に実施しております。

このほか、顧客保護のために最低4,000万円から最高8億円までの保証供託金を積んでおります。保険ブローカーというのは保険会社でなく顧客のために取り組んでいるわけですから、消費者保護のためにこのような供託金を積んでいるのです。

このように、保険仲立人は法律によって顧客保護のため、顧客の立場に立って様々な規制が課せられているわけです。

一方、同じようなことをしている乗合代理店、特に大型の乗合代理店は、多くの保険会社と代理店委託契約を結んでいるのです。極端な場合は、すべての保険会社と代理店委託契約を結んでいる。そして、顧客のニーズに合致した保険商品の募集を行っている。つまり、保険仲立人と同様な募集活動を行っているわけです。

ここで問題としては、保険仲立人も乗合代理店も募集フォームにはほとんど差がない。それにもかかわらず、保険仲立人に対してのみ多くの法的規制が課せられているのです。もちろんこのこと自体は消費者保護の立場から非常に有効なことになるのです。つまり、フェアな土俵に乗っていないということが言えるのです。

保険商品が複雑化、多様化する中で、一般の消費者は専門家の助言が必要となっているのです。消費者をきちんと保護するためにこうした専門家に対してそれなりの法規制を課すことは適当だところ考えているわけです。

特に申し上げたいのは、消費者保護の観点から公正、公平、中立的な比較情報を提供するためには誠実義務、並びに自己の立場の説明、これは不可欠であると考えております。代理店というのは所属保険会社のために募集活動を行うものですから、顧客のために行う誠実義務を課すということはそもそも矛盾があるかもしれませんが、募集活動の実態に則して乗合代理店は保険仲立人に転換すると、こういうような義務付けが必要ではないかと思っておるわけです。

以上です。

司会

どうもありがとうございました。

それでは次の方、お願いをいたします。

代理店（[資料2](#) 参照）

私は代理店業36年、損害保険代理業協会の役員を25年やらせていただきました。したがって、長くやっているということで色々な問題を今まで私なりに考えてやってまいりました。お手元に私の資料が入っているようですので、その趣旨を発表させていただきます。

さて、私が今日お話ししたいことをとても端的に表現していただいている方がおりまして、その資料をちょっと読ませていただきます。これは業界紙インシュアランスの一昨年7月の主張欄なのですが、私が平素何かと懇意にさせていただいております同紙の発行元の前社長・

氏がこう書いておられます。

「新保険業法の施行から10年が経過する。顧みて変転極まりない時代であった、特に金融ビッグバンの先陣を切った保険事業は既存制度の抜本的改革を余儀なくされ、自由化、規制緩和、自己責任への潮流は今日なお続いている。こうした中で、金融庁は去る4月（平成17年）“保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム”を発足させ、続く6月には保険会社向けの総合的な監督指針案を公表した」先ほど野村先生がお話しされた内容だと思えます。さらに、こうあります。

「指針には、監督に当たっての基本的な考え方として検査部局との適切な連携の確保、保険会社との十分な意思疎通、保険会社の自主的努力の尊重、効率的・効果的な監督事務の確保等

が挙げられており、指針策定に伴って従来のガイドラインは廃止するという」

中略しまして、これは私のことを書いているのですが、「話が飛躍するが、生損保乗合の有力代理店の 氏から“保険募集における比較表示について”と題した意見文書が届いた」というのがそのお手元に差し上げている資料です。

本文の要点を申し上げますと、「生損保各社の商品比較表示について各社担当部署の見解にずれが目立ち、必要以上に神経質になっている現状に危惧を覚える。むろん私たち営業に携わる者が販売活動に留意すべき点は、消費者、利用者の利便と利益を損なわない公正な情報提供に心がけることに尽きる。そうした顧客の立場を付託して行ったはずの比較情報の提供が会社側には十分に理解されない側面があるといった内容である」とあります。

今ブローカーの方がお話をされましたが、私はとりもなおさず乗合代理店で、損保8社、生保4社を扱っておりますので、おっしゃるとおりブローカーさんとほぼ同じような仕事をしているという意味のことが、ここにも書かれております。「比較情報をめぐる論議は旧保険募集取締法16条1項1号の時代から折に触れ俎上に上がった問題だが、違法な比較か適法な比較かは具体的ケースについて微妙な問題をはらんでいる。反面、消費者の商品選択に資するために比較情報を求めるニーズも少なくない。したがって、ブローカー制度ができてきた現在ではなおさらのことである」と、氏は最後に結んでおります。

こうした意見をふまえて、私は最近金融庁の係官に、私が作った個人情報漏洩保険の比較表について、直接意見を求めましたところ、その係官から「保険業法300条1項6号に係る金融庁のガイドラインは不当と思われる特定のケースは別として、あなたのご指摘のとおり消費者の利便と利益を損なわない公正な情報提供こそ法律及びガイドラインが目指す最大の意図である」という主旨の回答をいただきました。すなわち、私は金融庁のお墨付きをいただいたわけでありませぬ。

本日は時間がありませんので、お見せするだけですが、このように具体的に個人情報漏洩保険の各社の比較表を作りました。これに対してA社から、これは保険業法のガイドラインに抵触するからまずいと言われたので、金融庁に電話をしたわけです。

最後に、結論を申し上げます。私の保険のプロフェッショナルとしての精神といえますか目標といいたいでしょうか、これをここで読ませていただきます。「ユーザー、すなわち利用者様が抱え持つ様々なリスクに対して、最適でかつ合理的な保険料をユーザー様自身が確信を持って選択できるよう、ユーザー様が本当に必要とする保険情報をわかりやすく咀嚼して提供する。このことが私たち保険のプロフェッショナルに与えられた最大の使命であり、それは元来営利事

業である民間保険会社の利害得失と必ずしも一致しない部分があるとしても、これは敢然として実行すべきものである」

このような考えで今後もこの広告、比較販売を続けていきたいと考えております。
ありがとうございました。

司会

どうもありがとうございました。

それでは次の方、お願いいたします。

情報提供会社・代理店

情報提供会社です。よろしくお願いいたします。

実は保険の比較サイトみたいなものをつくっているのではなくて、ちょっとしたソフトを出しているだけなのですけれども。もともと本業は保険代理店です。先ほどお話があったように、生保の乗合代理店をしまして、現在生損保合わせて23社を乗り合っております。

今日ちょっとした比較の資料をお持ちしているのですが、これは純粋にお客様からどれがいいのと言われたときに、自分でもわからないわけですね、いろいろな保険会社があって10社も商品の比較をパンフレットだけを見てやっていくというのが非常に大変だったものですから、社内の資料として作ったものです。

それから、今日の話の趣旨は、実はこの比較表の話をするためではなくて、この商品、この比較のツールというものは、実は2001年から私の保険代理店の社内の勉強資料としてももともとは作ったものです。まず2001年当時、これは通増定期と言われている商品、今いろいろな問題になっていて、きょう金融庁の方も来ているという話なんですけれども。話の趣旨はこの通増定期の節税というところに特化して比較をしているのですが、今日はそういった場ではないので、あくまでも商品の特性というふうに頭の中を切り替えていただければありがたいと思います。要は機能として見ていただければいいと思います。安い保険の一覧だとか、それからいい特約、医療保険であれば介護の内容が非常にいいだとか、それから定期性の商品であれば保険料が安いだとか、そういった意味合いの中の1つでたまたまこれは保険の商品の本質とはずれているのですが、実際この商品が売られている一番の理由というのは、節税効果とパンフレットに書いてあるところですから、これに特化した商品として、お客様には提示できないのですが、自分がお客様に、ではどれがうちの会社に合っているんだと言われたときに、一回会社に帰って

パンフレットを1枚1枚めくって自分で計算しながら単純返戻率を調べると大変だったのでまた表にしたものです。資料がお客様のところに行ってしまうと誤解を招いてしまうので、保障の内容だとか、それから保険料だとか、それから比較という話でいけばサービスだとかそういうものがいろいろありますから、これはあくまでも社内の資料として使っていたという意味合いで2001年につくりました。

ところが、当然、当時いわゆる保険の商品の中身を1個1個集めるというのは非常に大変でした。各社の設計書を保険会社に一々電話して聞いて取り寄せてもらって、そのパンフレットで見ていかなければいけない。それから、生保を扱っている方はよくわかると思いますが、保険年齢と通常の満年齢という形で、お客様がどれがいいのと言ったときに、うちで扱っている10何社の商品を適正に並べようとしても非常に難しいので、これは単純返戻率だけに絞ったのです。

とはいっても、情報を手に入れるために社内の資料として作ったのですが、なかなかいろいろな保険会社さんから情報を手に入れることができなくて、そこで例えば「どどこ会社さんの50歳の設計書を見せてくれたら、どどこ会社さんの情報が欲しい」と。保険会社も新商品開発をするためにやはり他社の商品は非常に気になるわけです。お互い表立って交換することはできないので、じゃあ一緒に情報を教えてあげましょうという形をして、時間が経ってできたものが2005年の9月、これは非常に保険会社さんが増えています。実際は保険会社さんの名前がここに出ています。で、現在に至っているという話があって。

話の趣旨でいくと、結果的に比較ということをやっているのですが、これはお客様に見せるものではないですけれども、最終的に、今日保険会社さんの方が来ていると思いますが、どこの保険会社さんも結果的にこのように、これ全部保険会社さんの資料です、実は。どこの会社とここには書いてあって、何とか生命の社内の販促資料と書いてありますね。それから、会社さんによっては部長限りとか営業所部長どまりだとか機関長どまりとか書いてあります。代理店どまりとか。これ実はフォーマット全部一緒なんですね。

私自身はもともとコンピュータの会社において、非常にセキュリティだとかそういう著作権というのを、金融庁とかも担当していたのですが、意識していますが、あえて著作権というものを捨ててみんなでいいものがつくればいかなと思ってこれを提供したら、もの見事にこの6年間、7年間ですべての保険会社さんがこのフォーマットに倣って実はどこも販促ツールとして使ってくれたのです。実はこれが大もとなのです。

先ほどの、もう時間がないので、趣旨としては、今後比較をいろいろやっていかなければな

らない。これはみんなで考えないと非常に難しいと思うのですが。野村教授がさっきおっしゃっていたように、民の方でみんなが納得する形でそういう比較というものができれば、保険会社が一步前に出て、私自身は逡増定期の商品の競争という、保険会社同士の競争が非常によかったと思っています。商品開発がどんどん進み、これは比較をしていたからですね、実際に。そうすると、お客様に対して非常に最終的には消費者に対して非常によい商品が提供されるのではないかなと思っています。

いろいろな話はあるとは思いますが、恐らく今回のこの検討会の中で1つの結果として7年間かけてすべての保険会社さんが実はこういうツールを1つのフォーマットとして、裏の世界ではあるんですけども、統一していった、こういう形をぜひ表面的なものとして医療保険だとか定期保険でだれもがわかるようなものができればいいかなと思っています。

以上です。

司会

どうもありがとうございました。

今、ご提示いただきました比較表につきましてはお話もございましたけれども、ご考案されたものを特別に本日ご紹介いただいておりますので、お取り扱いにつきましては本討論会限りというふうにいただきますようお願いをいたします。

以上8名の方にご意見を発表いただきました。発表者の皆様、どうもありがとうございました。

それでは、これから自由討議の時間として、30分弱の時間がございますので、またご意見いただきたいと思うんですが。簡単に、今45分くらいで皆さんご意見いただいて、初めの方のご意見が忘れかかっているかもしれないので、簡単に私の方からプレイバックさせていただきます。

まず一番初めの　　さん、どうもありがとうございました。消費者の立場から比較に当たって既存の販売チャネルだとかそういったところを通じての比較はなかなか消費者としてやりづらいところがあると。銀行の保険販売というところで非常に比較に期待感が持たれているので、そこは今後しっかり比較ができるようにして行ってほしいと。ただ、心配要素として金商法等々心配要素があるんだけど、引き続きしっかりやって行ってほしいと、こういうご意見をい

ただいというふうに理解しています。また同時に、保険会社の案内関係ですね、そちらの方にもご意見をいただきました。どうもありがとうございました。

今度は　さんにおかれましては、今度は保険会社の側からまたその銀行の窓口販売における比較を推進すべきというところで。若干この場での議論にはなりにくいですが、生保協会の中でそういったフォームだとかそういったことを作成するなり検討していくべきではないかと、こういうことをいただきました。保険会社の側から銀行の販売において比較を推進していったらどうかと、こういうご意見でございました。

続きまして3人目の方ですが、　さんにおかれましては、販売現場で経営情報、格付け情報みたいなもの、こういったものをもっとしっかり活用していくべきじゃないか、そういう環境を整備すべきじゃないかと、こういうご意見をいただいています。また合わせて、比較に当たってはやはり料率関係、ここについて何らかのとっかかりが必要ではないかと、こういう意見も合わせていただいています。

続いての　さんのご意見でございますが、　さんにつきましては保険商品というのは非常にイメージがとらえづらいので、比較というのはイメージをとらえるために有用であると。そういったことを踏まえて今回監督指針の改正がパブリックコメントに付されていて、具体的なセーフハーバーが示されようとしていると。ただ、それだけで本当に保険会社を含めた業者サイドが比較を進めていくのか不安であると。そういった意味でもこの討論会を有用に活用していくべきということで、討論会の議論の中というか運営についてご意見いただいています。

その次に、保険会社にお勤めの　さんからは、実際に支払査定の実務に携わられている中で、もうちょっと入り口段階で比較表というものが有用に使われてお客様の請求においてももっとスムーズにいくのではないかと、こういうようなご意見ということでよろしいでしょうか、をいただいています。

続いては、日本仲立人協会の　さんの方からは、もともと非常にブローカーというのは消費者保護に向けて厳しい法規制、供託金とかこういうものがあるという中で、比較という観点で言うとあれですかね、比較情報を提供する担い手としてやはりそのブローカーと乗合代理店というのは差があるべきではないかと、こういうようなご意見ということでよろしゅうございますでしょうか。

次に、　さんからのご意見につきましては、ユーザーのために誠実に代理店業として保険会社商品の比較をしていきたいと、そういう思いで取り組まれていて、過去実例を挙げられて、

監督官庁の方も同じように　　さんのご意見に賛同していただいたけれども、やはり保険会社はなかなかそのところが非常に頑なであると。そういうところをもうちょっと前向きに考えていくべきではないかと、こういうようなご意見ということでよろしゅうございましょうか。

最後にご発表いただきました　　さんにおかれましては、過去遡増定期の比較表ということで独自に考案されていたものがお取引先保険会社の中で、あくまでお客さん提示でない内部資料と位置づけながらもかなり洗練されたものに進化してきたと、こういう実例をご発表いただきまして。やはりそういった形でまさに今回の討論会の趣旨のような形で知恵を出してあっていくことによってまた前進していくことができるのではないかと、こういうご提言をいただいたというふうに理解してありますが、そういった趣旨でよろしゅうございますでしょうか。また、具体的な比較表もご提示いただいたことで、この討論会での議論も非常に活性化する材料を与えていただいたのかなというふうにも思っております。

どうも8名の方、ありがとうございました。

それでは、すみません、ちょっと私が長々とお話ししましたけれども、ただいまから事前に登録いただいている方からもご意見を伺ってまいりたいと思います。今ご発表いただいたご意見に対して、あるいは関連してご意見いただければと思うのですが、お手元の番号札を上げていただいたら私の方からご指名しますので、お願いいたします。

では、番号札を上げてください。

保険仲立人

福岡からまいりました。どうぞよろしく願います。

事前に質問状を送りたかったのですが、事前に質問状を送ると参加できないといけないなと思われましたので送りませんでした。今からの5分の発表のために福岡から参りまして、今日は泊まって明日帰ります。

我々保険仲立人は、比較情報を唯一あえて積極的にやっている者です。ところが、検討チームに残念ながら誰も入っていなかったのが、これが第一に不思議なことです。

それと、野村先生がいらっしゃる場所恐縮ですが、検討チームの最終報告書の中の8ページの4行目のところに保険仲立人は取扱外商品に関する情報を取得することが困難との記載がありますが、これは誤りですので、あえて申し上げたいと思います。

比較情報を提供する主体として保険会社や代理店そして保険仲立人が記載しており、その中で保険仲立人も取扱いに関する情報を取得することについてはあくまで取扱っている保険会社

の商品だけで、それ以外のことは不可能だというふうに書いてありますが、これはそもそも仲立人の立場からいくとおかしい話であって、我々、保険仲立人はお客様から指名状をいただき、お客様の代理人として業務を行いますので、取引が無い保険会社でも質問状を送り回答をいただくことにより、取扱商品以外の情報を入手することは可能です。

我々は取引がない保険会社さんでも指名状というものをいただいておりますので、それに基づいて各保険会社さんの約款を含め、保険料率、すべてのことについて調査、分析をして、それをお客様に報告しているというのが日常の業務の1つであります。

それと、報告書の中で、一番大事なことが1つ抜けております。それは何かというと、これも報告書の22ページに用語の統一と24ページの今後の課題のところを書いてありますが、いわゆる消費者の利便性、消費者保護の観点に立って約款の平明化と簡素化ということを書いております。簡素化するよりも基本的に比較をするために大事なことは、約款を標準化すること、このことが一番大事です。我々は常日ごろ比較をしておりますが、今、各保険会社さんの約款や特約は護送船団の時代は全社同じだったのが、自由化の名のもとに各社が自由に約款を作っており比較しにくいようにしているのです。約款や特約を微妙に変えることにより比較がしにくい状況を作っています。

もっと平たく簡単に言いますと、例えば火災保険のリスクで、火災、風災、水災、幾つかに区分ができます。同じリスクのカバーを考えたときには、同じ約款があれば簡単に比較はできるのです。生命保険もしかりです。あえて保険会社さんが比較情報しにくい状況、環境をつくっていらっしやると思います。

先ほど保険仲立人事務局がブローカーと乗合代理店が一緒のような仕事をしているという話もありましたが、確かにパッケージの商品を売るときにはまさに同じものを入札しているわけですから一緒ですが、うちの場合ですと、うちでいわゆる保険仕様を作り、約款を作り、この約款水準に基づいて各保険会社さんは幾らの保険料で引受してもらえるのかを報告書にまとめてお客様に報告します。約款はうちが作った内容ですので補償の中身は同じですから、お客様は単純に、価格だけ見て簡単に比較することができます。このようなやり方、システムというのはいくらでも考えることができるし、アイデアを提供することはできるのですが、残念ながらそういう機会を今まで得られなかったことが私としては非常に残念に思っています。

そして、今先ほどから話が出ています意向確認書の話がありますが、意向確認書ははっきり申し上げて何の意味ありません。なぜならば、申込書に書いてあることを二重に聞いてもはっきり言って何の意味もないわけで、それよりお客様がどういう目的でその保険に加入したいの

か。例えば、平たく言うと、こういう補償（保障）の内容で保険料が一番安いものを探したいならば、「意向確認書の中で、私は専属の代理店ですので見積りは一つしか出せません。あなたがもし安いものを求めているんだったら、ぜひよそからも見積り取るようにと勧められた、または見積りをとるように説明を受けましたか」というふうに意向を確認するのが本来の筋といいですか、まさに意向確認であってそのことを無視して、申込書に書いてある内容そのものを何度も確認するような意向確認書というのは何の意味ないのではないかなと思います。

それから、格付に関してですが、利用されていないという話がありましたが、当社では必ず各社の格付は公表されているものはすべて載せております。それはお客様が特に長い保険期間のもので生命保険なんかは特にそうですが、それは載せないとお客様に対して失礼な話だと私は思っています。

それから、これはお願いですが、今日は1時間45分の話ですが、これだけの人たちがせっかく集まって話をするために私は時間は少なすぎると思います。できれば時間は最低この2倍とか3倍とか、そういう時間で討議するからこそ価値があるわけですし。それから、時間の設定に関して申し上げさせていただくと、例えば私は九州から来ましたが、この時間設定をされると1泊2日で来ないといけなくなります。本当に皆さんの意見を聞きたいという意向があるとすれば、皆さんが全国から集まりやすい時間、そしてこれだけの人がせっかく100人以上の人が集まったにもかかわらず10数人の人しか発表できませんでしたので是非皆さんが話できる時間の余裕と、時間の設定を要望しまして終わりたいと思います。

以上です。ありがとうございました。

司会

はい、どうもありがとうございました。会の運営についてのアドバイスもどうもありがとうございました。

ただいまの意見に関連してでも結構ですし、他のテーマでも、ちょっと時間がないのでお伺いしていきたいと思うのですが。

そうしましたら、34番の方、お願いします。

代理店

私は代理店に勤めております。今、いろいろお話が出た中で気になった点があったのは、消費者の代表の方あるいは弁護士の方から販売に従事している最先端の方々が比較をしていない

というご指摘が非常に気になりました。これは私ども非常に耳の痛い話でございまして。実際はそんなことはなくて一生懸命比較をしようとしていますし、実際比較情報をお客様に提供しています。

ところが、今代理店は比較をするためには、どなたかおっしゃっていましたが、多くの損保と乗り合わなければいけない。多くの損保と乗り合うとどうということが起こるかという、シェアという問題が必ず出てくるわけです。今の代理店手数料体系はシェアの低くなった会社さんは当然のように代理店手数料を下げてまいります。つまり、お客様のために比較情報を提供しよう、お客様のためになるものを探そうという動きをすればするほど代理店手数料が下がってしまう、こういう矛盾があります。

ぜひ、最終報告の中にもありましたが、保険会社と代理店の関係の見直しということが指摘されておりますが、ぜひ今のような委託契約書で一方的、もうほぼ一方的に代理店は何も言えない、保険会社の言いなりでなければ仕事ができないというような委託契約書、縛られた委託契約書の中で比較情報を何とかしなさいと言われても、代理店は非常に厳しい環境にある。この点をぜひご認識いただきたい。もっともっと比較情報をお客様のためになる情報を提供できるような環境の中で仕事をさせていただきたいと考えます。

以上です。

司会

どうもありがとうございました。

先ほどからの比較情報の担い手としてブローカーさんからブローカーの立場の比較とかあるいは代理店の立場の比較とかいろいろありますが、ただ代理店の立場で比較されるときに、今の代理店手数料等級、一般的には売上高に応じてランクが決まっていくと、これはちょっと比較に対して促進を阻害するのではないか、こういったご意見だというふうに承っております。

この問題に関して何か他の方からご意見とかございますでしょうか。まずは関連して。よろしいでしょうか。

比較サイト運営

私、保険の情報サイトを運営しております。1年前まで国内系の損保会社に働いており、主に商品開発に関する業務をやっておりまして、その中で例えば募集文書チェックのような販売現場ルールの運用に関して仕事をしておりまして、今回ではお役に立てるご意見が言えれ

ばなということで臨ませてもらいました。現在は保険会社の方は退職しまして消費者が持っている保険の悩みや疑問について、保険代理店さんのネットワークを使ってそういった悩みを解決しようという試みを行っております。こういう場が苦手なのでうまく体系立てて説明できるかどうかちょっと不安なのですが、すけれども。

今回の比較情報の提供について、まず介在する問題としては、消費者が保険についてあまり理解をしやすい環境にはないという問題があると思います。その問題の大きな理由の一つとして、私は募集文書のルールにも一定の問題があるのではないかと考えております。

今回のこの討論会には消費者の方々も参加していらっしゃるということで、簡単にルールの説明をいたしますと、基本的に保険商品についての資料・パンフレットというのは保険会社があらかじめつくったものを使用することを原則としており、もし独自にパンフレット等を使用したい場合には保険会社に申請をして、それで認められたら使っていいよといったルールがあるのです。ただ、例えば保険代理店さん等が「自分が資料を配布するところは高齢の方が多いので、完結した文言で資料を使用したい。」と申請をしても、保険会社の審査の結果、戻ってきたのは汎用的で難しい保険用語が入り交じったパンフレットになってしまっていて、保険商品のことが消費者に伝わらないという問題ケースがあります。

そもそも現在の募集文書ルールなのですけれども、基本的には金融庁が定めている金融庁ガイドラインに基づいているわけですが、この金融庁ガイドラインについてもやはりメスが入ってもよいのではないかと私は思っています。現行では「保険商品の資料＝募集文書」と一つで括られているのですが、ここに改善点があると考えています。

これらを踏まえて、私が今の金融庁ガイドラインに対して1つ提案があるのですけれども、消費者の保険についての説明段階に応じてその募集文書のレベル分けをしてはどうかと考えております。例えばさっき言った、まずは基本的な説明から入りたいというところでは、保険会社に申請をしても保険会社の方がそれは募集文書という大きな枠組みの中でとらえてしましますので、定形文言をやはりそのように書き換えられてしまっているというわけでございます。

例えばレベル分けした募集文書の中で、募集文A、B、C等と分けて、一番まず基本的な、本当に簡単な保険の商品の説明をしたものを保険募集文書Aとして、最終的に細かい免責事項の説明であったり細かいところまで説明する際には募集文書Cというようなものを設けて、例えば契約概要は募集文書Cにして、意向確認書もCにする、というように商品の説明段階に分けて募集文書も区分けし、それへの規制もこれに応じて設定すれば、消費者側はより分かりやすい資料・パンフレットに接する機会が増えるほか、段階を経て保険商品を知っていくことが

できると思うのです。

以上のように、保険会社の募集文書管理について定めている金融庁ガイドラインの方でも募集文書定義をより現場に沿った形にすれば、分かりやすい資料・パンフレットの普及につながり、「保険ってよく分からない」という消費者の声も減っていくのではないのでしょうか。その上で比較情報の提供方法を考えていけば、今後の検討もやりやすいのではないのかなと思います。

以上です。ありがとうございました。

司会

どうもありがとうございました。

かなり代理店のお立場の方から、やはりいろいろな観点で保険会社の方で比較を止めているんじゃないかとかこういう感じのご意見を続けていただいたのですが、そろそろ保険会社はどう考えているのだというご意見を聞きたいのではないかなというふうにも思うのですが。もし、先ほどの手数料等級の話もそうですが、今の募集文書、何で保険会社が持つ、1から10まですべて見なくていいんじゃないか。これは若干保険会社では判断できないかもしれませんが、初期のころはもっと緩い規制でいいんじゃないかと、こういうご意見いただいたんですが、どの問題でも結構ですけれども、もし保険会社、今日何人が来られていると思うんですけれども、お話しただけの方がいらっしゃれば。

保険会社

保険会社で主に商品関係を担当している者です。よろしく願いいたします。

たくさんご意見を頂戴いたしまして、まず1つは募集文書ですね、今直前に頂戴しましたご意見で、非常に保険会社側の管理が堅苦しくて自由度が少ないという論点を頂戴いたしました。さらに背景をもう1つ考えますと、比較以前に、そもそもわかりにくいというご批判、あるいは読みづらいというご批判を多々いただいているという認識をしております。

これは、我々保険会社の関係者にとっては非常に取組みを必要とする問題と認識をしております。1つはわかりやすいものを作るための規制のあり方という論点もありますが、完全に個人的な意見ではございますが、昨今の情勢からしますと市場競争の中で、わかりやすさが既に求められていると。むしろ最低限のルールを守った中で各社創意工夫をしてよりわかりやすいものを作るということが、今保険に対するいろいろな不信等も言われている中で望まれているこ

とではないかと、こういった理解をしております。

ですので、直接担当する立場からいけば、当然ながら少しでもわかりやすいものを作る。これは消費者のためにというような偉そうな立場ではなくて、私ども保険会社として競争の中で生き残っていくために必要なこととして迫られているのではないかというような認識を個人的には持っております。

それから、もう1点、比較との関係を申しますと、まず中身がある程度わかりやすすくないといけないし、さらになるべくわかりやすい形で比較をしたいということが世の中のニーズとしてもあろうかということ、これを合わせた問題があるかと思います。先ほど逓増定期保険という保険につきまして、詳細な比較表をお作りになって、これが非常に進んだというご意見を頂戴しておりますが、この保険については説明、ご指摘があったように、節税目的の非常に特殊な保険でありますので、購入される方は非常に細かく利回りを計算されます。一般的な保障系の商品に比べまして、解約返戻金の率がわずかでも高いか低いか、ということに対する関心の度合いが極めて高いと思います。

これに対し一般的な保険は、やはり利回りだけに特化するということであると、やや補償(保障)内容も金額の違いですとか支払日数の違いとかいろいろございますので、ここは保険会社としてやはり誤解のないような配慮をしながら、公正な比較というのをどう考えるか、少し難しい問題として考えなくてはいけないと思います。

少し戻りまして、その以前の消費者の方がわかりやすく単純に比較ができるような条件を求めていらっしゃる、こういうご意見で、これも確かにごもっともな面もあるかと思えます。商品内容についても今後はやはりシンプル化というのが大きな流れになるのではないかとということも個人的には考えているところでございます。

ただ、もう1つの問題点として、余りにシンプルで価格だけの競争になった場合にどうなるかということ、恐らく私どもを含めて事業者としては競争環境の中におりますので、例えば単純に常にA社の方がB社より値段が安くて補償(保障)はそっくりだという状態が続きますと、これは競争上マーケットに残れなくなるということでもあります。

例えば、これは余りよくない例かもしれませんが、航空業界とか電話業界とかいろいろ見ていると、電話料金等も昔は単純だったわけですが、一律単純にこっちが高くてこっちが安いとなるともたない、ということで、各社さん非常に比較しにくい体系、いろいろなプランを用意して、夜間だけならこっちが安いけれどもというような単純比較が非常に難しい体系をつくって、そのような競争にもっていかれる。これが本当に消費者利益になるのかどうかと

いうあたりは、これは相当考慮を要するところかと思えます。

私どもとしては、例えば料金体系を、年齢ですとか被保険者さんの細かい特徴に応じてものすごく複雑化して単純比較を避ける、というような方向に競争が進むくらいであれば、むしろ補償（保障）の内容の特徴がいろいろ違って、主な違いはここにありますがというような、ポイントを絞った形での競争がなされた方がよい面があるのではないかと。

この辺も先ほど申し上げましたように、何が消費者によろしいかというような偉そうな立場ではなくて、私どもが競争環境の中で消費者に選ばれ生き残っていくために何が必要かと、こういう観点で各社が知恵を競い合っていく、そういう枠組みを考えていかななくてはいけないかなと考えております。

どうもありがとうございました。

司会

どうもありがとうございました。

それでは、まだまだご意見が尽きないところだとは思いますが、先ほどもちょっと時間が短いとおしかりをいただいたんですが、本日予定している時間がそろそろ迫ってまいりました。あとお一方かお二方ご意見を頂戴したいなと思っております。

ジャーナリスト

私はフリーのジャーナリストでございます。今日は取材のつもりで来たので実は発言は控えようと思っていたのですが、保険の比較情報の担い手としてのマスコミ及び記事を書くジャーナリストからの意見がなかったものですから、あえて申し上げたいと思えます。

32年間、保険会社、保険商品の取材をしております。20年前にマネー誌ができて、そこで保険のいろいろな比較を始めました。その前は婦人雑誌でそうした仕事をしており、各社が全く違うものを出していた子ども保険の比較などをやっていました。そうした経験から一言申し上げたいと思えます。

比較情報というのは消費者の方が非常に興味を持っておられまして、選ぶ尺度としては価格だけではなくて、品質と価格の見合い及び自分にとって必要かどうかということを中心に極める上で必要だと考えています。それを否定される方は多分いらっしやらないと思えます。その担い手として、マスコミ及びそこで働く人、あるいはそこに情報提供する者が、中立・公正な立場を守ることができれば消費者にとって非常に利益があると私は思っております。

そんな立場からそういうことを行ってきたわけです。何が大変かといいますと、先ほど代理店の方が「乗り合わないといろいろな情報が入らない」とおっしゃいましたけれども、それは私のようなフリーのジャーナリストにとっても全く同じでございます、30年前から何をやったかといいますと、各社さんに一斉に取材をかけながら、アンケート形式の質問状をお出ししまして、「答えてください」というお願いを20社とか30社にやってまいりました。ところが、なかなか協力的でなく、他の会社が答えたか答えないかということをお調べになって、ここはやめましょうと話し合っている種の情報はいくらもありませんとか、いろいろありました。

こちらとしては最低でもまず約款を手に入れる、そして、保険料率表が欲しいと言うのですが、料率表をくださらない保険会社が多い。きちんと開示をしていただかないと、私どもは正しい情報提供ができません。

それともう一つ、これもずっと主張しているのですが、保険会社が認可をとるときに当局にお出しになるいわゆる算出方法書、これを見せていただかないとその保険商品の中身がわからないのです。約款には肝心なところが、当社所定の規定によるとか、内規だというふうに書いてありますから、責任を持って記事を書くことができないわけです。

保険料率など全部を消費者に開示したのでは消費者も理解ができませんし、あるいは間違っただけで解釈されるということもあると思います。そこで、例えば、先ほど格付の方がいらっしやいましたけれども、格付も投信等に関しては運用の格付等いろいろ行っているから、保険についてもプロに対してはかなり詳細なものを提供することによって、公正な競争を行っていただきたいと私は思っております。

先ほど銀行で投資型保険販売を進めてほしい、もっとやってほしいという意見もありましたが、投資型保険のほとんどが私募ファンド、私募債で構成されております。公募でマザーファンドがあるものは一般に情報をとれますが、私募等は契約すれば情報は毎日見られたりするものの、そうでない人にはなかなか見れません。そうすると、その投資型保険の運用がどうなっているのかがよくわからないんですね。こういう状況の中で比較しようとするとなんか誤った情報が生まれてしまうと思います。正しい比較ができるような環境整備をまず保険会社サイドにきちんとやっていただくということが必要だと思っております。

先ほど保険会社は非常にわかりやすいものをつくるということに努力している、シンプル化の動きがあるというふうにおっしゃっていましたが、私が長く取材してきた中ではどんどんどんどん複雑になりました。保険業法改正前からいろいろ注文をつけていて、保険審議会の委員もやらせていただきましたし、今は金融審議会の委員も務めておりますけれども、とに

かく複雑にして比較できないようにしたのが96年の業法改正後の各社の動向だと思っています。ビジネスだから正当だとおっしゃるのかもしれませんが、そういうことを続ければ消費者の方がもう保険はいらぬ、と保険離れが起きるのではないかと考えております。

いろいろお気に障ることもあったと思いますけれども、取材をしているの率直な感想でございます。ありがとうございました。

司会

ありがとうございました。

消費者の方に情報を提供される第三者の立場、特にマスコミに対しての保険会社の情報提供の協力姿勢というところに1つご意見いただいたのと、もう1つは、商品の複雑化というか、そのところに一定の比較ということにおいて考えていくべきではないかと、こういったご意見を頂戴したと聞いております。

すみません、大変時間が超過してしまいましたが、最後にお一方、もし今日はちょっと消費者の方からまだここで意見をいただけていないので、もし消費者の方がいらっしゃいましたら優先的にちょっとお渡ししたいと思うのですけれども、どうでしょうか。よろしいですか。

では、ほかの方で、最後絶対言いたいという方。

比較サイト運営

皆さん、こんばんは。私は、比較サイトを運営しております、保険会社さん各社さんの勝手比較、1日四、五千人来ていますから多分一番大きい保険サイト、消費者に近いところにいるつもりでございます。

まず、比較以前の問題だと思うのです。先ほどの方がおっしゃったとおり、まず例えば比較されない商品の方が多い。生きるチカラ、堂堂人生、ライブワン、ライフアカウント、個別商品出して申しわけないんですが、これらは比較販売絶対されないんですよ。ユーザーはそれを見たインターネットで自分の商品確認しようと思ってもそもそも商品説明がされていない。消費者向けに売っていないこんなばかな状況ないですよ。どなたかパソコンのスペックのことをおっしゃっていましたが、エンドユーザーに消費者に言うのならば、ものを売ろうと思うのならば、比較以前の問題で、まず自分の売る商品を公開してほしい。最低限やるべきだと思うのです。保険料率、主契約保険料、特約保険料、それが更新型なのか全期型なのかわかるようにして、どんな商品なのか、自分の商品にいったらわかるようにしてほしい。

設計書がとれない。私、実感しました。3年前大手商品の比較しようと思っても全くもらえない。インターネットで保険設計書1枚5,000円で買い取ったんですよ、100何十枚買い取って100万近くかかった。それでやっと35歳、同じ条件で比較。もうそれ保険料率変わってしまったから狂っているのですが。

さらに私、非常に心配していることがありまして、自分でやっているからわかるのですが、情報がすぐ陳腐化する。多分これから何らかの形で公開する段階では一定のプラットフォームを作っていただきたい。多分いろいろな商品情報が公開されて比較情報が出る瞬間にいろいろな形でネットに上がってきます。一切更新されないままになってきます。そうすると、今新しい情報はいいのですが、5年後のインターネットを見ると私は想像を絶する恐ろしさを感じるわけです。

こちら金融庁の管轄ですから、上場企業のエディネット何でしたっけ、有価証券報告書、今XMLベース、難しい話になるんですが、普通インターネットはHTMLベースといって単なる表示するだけなんです、商品情報を一定ベースで比較できるのが有価証券報告書、エディネットでも導入されるのでしょうか、一部されているはず。もう金融庁はおやりになっているんですから、これを各保険会社の商品情報をもしやるのであれば、比較やらないのであればそれでいいです。それはしょうがないから。もしおやりになるのであれば、保険会社各社さんにエディネットでやっているような一定のXML、XBRL等、これの一定の情報でだれでもそこで定形の情報がとれて、一定のソフトで必ず比較できるように、消費者もそれをやったら生きるチカラと堂堂人生も比べられるんですよ。商品と比較されづらいようにやっているのは事実ですから、それでもいい。比較されないように作ってもいいのですが、それは消費者に情報を提供していただきたい。

以上です。どうもありがとうございました。

司会

どうもありがとうございました。

それでは、大変申しわけないのですが、ただいまの意見をもって本日の討論会のご意見は締め切らせていただきます。

当然のことながら意見を述べ足りないという方も多くいらっしゃると思いますが、次回9月20日にまた第2回を予定しておりますので、その中でも、今回より以上に意見をおっしゃっていただく場は設けてまいりたいと思っております。

また、本日お配りをさせていただいていますが、事前にホームページを通じてご意見募集をいただいているものも皆様の方にご配布させていただいております。また同様に、第2回に向けてもこのホームページで意見募集も行わせていただきますので、こちらの方を通じてもご意見をいただければと思っております。

3回目の日程はまだ決めていないのですが、今日と次回はいろいろなことを皆さんにご意見を聞いて、一定の論点出しみたいなのが多分できてるのだと思います。3回目以降は、例えば、今かなり比較の担い手の方に対する情報提供はどうなんだということで、これはお二方から、違う立場の方からもいただきましたが、それもそうでしょうし、そもそも比較の担い手はどうあるべきなのかというのも今日仲立人協会の方からもいただいたと思います。そのように多い意見で論点にしていこうというものを絞って、3回目以降もう少し踏み込んでいきたいなと思っておりますので、また末永くお付き合いいただければと思っております。

それでは、本日は時間も超過しまして申しわけございません。夜遅くまで大変ありがとうございました。

それでは、以上をもちまして第1回の「保険商品の比較情報提供に関する自由討論会」を閉会させていただきます。もう外も暗いですので、お気をつけてお帰りいただければとお願い申し上げます。

どうもありがとうございました。

以上