

「保険商品の比較に関する自由討論会」のホームページに寄せられたご意見

「意見募集フォーム」に寄せられた当日不参加の方のご意見は以下の通りです。なお、テーマと関係のないと思われるご意見については、削除させていただいております。

	属性	ご意見
1	代理店	<p>相次ぐ保険金不払い問題が生損保を通じて、明らかになっています。こうした環境の中、私たち代理店は、営業の第一線で顧客と対話しています。顧客との対話を通じて、実感する保険業界の問題点について、問題提起をしたいと思います。1つ目は、保険業界に対する顧客の不信感です。保険に入っても、些細なことをあら探しし、告知義務違反で、一銭も保険金を支払わない会社がまだ多数残っているということです。保険金不払い問題が、如実にそのことを示していると思います。保険会社は保険金を支払えるような採算の合う保険料で保険商品を作っていくべきです。また、保険金の支払に誠意が無いという点に関しては、保険会社だけの問題ではなく、代理店レベルにまで広がっています。特に損保分野に多いのですが、事故率が高いと代理店手数料が減る仕組みになっている点が良くないと思います。事故率と手数料を比例させる制度は代理店のモラルハザードを起こさせやすい仕組みだと思えます。それから2つ目ですが、透明性の確保も問題です。代理店は、顧客が保険商品を比較検討する際に、様々な情報を提供する必要があります。現在の保険に、どのような保障内容があり、いつまで保障が続き、保険料の更新が次にいつ頃行われるのか？そして、次回更新時の保険料はいくらになるのか？ 保険会社は、お客様の加入されている保険商品をお客様、及び（他社も含む）代理店が、把握できる環境を準備しておくことも保険会社の当然の務めです。なぜ他の代理店にまで、教えなければならないのかというと、お客様本人だけでは、保険商品の内容がわかりにくいからです。現在、私たち代理店が、お客様の証券を拝見させてもらっても、保険会社に保険商品の内容を確認する際には、内容を教えてもらえないことが圧倒的に多いです。自社からすると、ライバル会社な訳ですから、不利益になるような事実は伝えないという構図が働いています。そうすると、他社の人間にとって、その顧客の証券の保障内容等を正確に、その顧客に伝えることは難しい訳です。ですから、業界共通のコールセンターを作り、どの会社のどの証券であっても、そのコールセンターに電話をした保険会社の人間には、情報提供を行うような仕組みを生保業界・損保業界全体を通じて、作って欲しいと思います。</p>
2	消費者	<p>比較情報は消費者の商品選択の際、参考となるものでもあり、提供されること自体、否定するつもりはありません。ただ、保険商品はますます複雑化し、消費者の理解がなかなか追いつかない、むしろ、消費者にわかりにくくつくられているという声も多く聞こえております。このような状況を踏まえ、消費者に身近でわかりやすく、誤解をまねかないことを大前提として、ご検討いただきたい。そのためには、より多くの消費者の意見を聞いていただくことが不可欠でありますので、是非そのことに努力を惜しまないでいただきたい。また、消費者が保険商品を選択する際、比較情報を活用できるよう、消費者に対する、さまざまな情報提供、知識・理解の促進の方策も併せてご検討ください。</p>

以上

ご参考

第1回「保険商品の比較に関する自由討論会」議事録の資料としてホームページ上に掲載しているご意見

	属性	ご意見
1	消費者	<p>現在、保険に加入したいと思いを集めようとしても協会では出来ず、結局コマースやネットなどの通信手段を用い、情報を集め検討するしかない。しかし、手に入った比較情報は、例えば販売業者の利害が絡んだものなのか、業法規制対象外なのか、不透明でわかりにくい。</p> <p>そもそも保険の苦情は、契約時点に説明された内容や商品、保険金額の違いなど、勧誘時や契約時の説明不足に加え、加入者の意向ではない商品の販売がされており、苦情に繋がる場合も多い。商品の特質から、契約直後ではなく保険金請求時点など、長期間潜伏型で苦情となる。特に苦情の多い、保険の販売勧誘のあり方についての検討が行われ、勧誘時の契約概要書面や、契約時の意向確認書面の整備が行われた。しかし、消費者が保険加入を考えたときに、商品の比較検討をする為には、どのような手段で、どこに照会すれば適格な情報が得られるかを知ることが最初の段階である。この部分の情報提供が適格にされなければ、その後の整備は意味を持たなくなる。</p> <p>消費者が自分のニーズに合った適切な商品選択ができるよう、3協会が一体となり、消費者がわかり易く、理解し易い文言を使い、統一様式の比較情報を提供してもらいたい。また各販売チャネルであっても協会が適切な情報を提供していると認めた会社には、それが消費者にわかるような手法（例えば消防の丸適マークのようなマークなど）を検討してみてもどうか。</p> <p>保険会社が商品を販売する相手の多くは、消費者である。しかし、例えばこのような意見募集であっても、3協会のホームページをみても一般消費者の意見を求めているとは非常にわかりにくい。消費者の意見を真摯に受け止めいかしていくのであれば、もっと消費者が利用し易い、意見を出しやすい体制も必要なのではないかと思う。</p>
2	消費者	<p>1．討論会を誰のためにやるのか、それがよくわからない。本来的に消費者のために行うはずではないのか。討論会のこのパンフレットを見ても、消費者は6分の一に過ぎない。これは象徴的と思う。本当に消費者のために行うのであれば、広く消費者に知ってもらう努力が必要。このテーマ設定では消費者に関心を持ってといわれても難しい。本来は消費者に広く参加してもらうためにもっとテーマを広く設定し、保険について、消費者の生の声を何でも聞く方向が不可欠。</p> <p>2．消費者向けの医療保険冊子作成のために、医療保険・ガン保険を比較した経験があるが、比較することは簡単ではない。医療保険のようにシンプルな商品であっても、商品は溢れるようにあり、商品特性も多様化している。パンフレットから必要項目を拾うが、記載箇所、記載方法はまったくばらばらであり、用語の不統一も多い。かろうじて保険料や加入可能年令、解約返れい金の有無など外形的な比較を行うことができて、肝心の保障内容についての適切な比較は困難といわざるを得ない。</p> <p>3．その意味では、契約概要を業界団体のhpで掲載するなどの方法を行えば、何とか目的が達せられるのかと思っていた。ただしこれも現実の契約概要が、消費者には理解困難な内容になっている状況では、役に立つかは疑問である。ちなみに契約概要、注意喚起情報、意向確認書まで含めて、現状</p>

	属性	ご意見
		<p>では、消費者には、読んでくださいといわれても耐えられない過負担なボリュームになっている。これを早急に改善し、もっと本来の目的である簡単軽微なものとするべき。</p> <p>4．以上から考えれば、何よりも最初に行われなければならないことは、保険商品をシンプルにし、消費者に分かりやすくすること、つまり保険約款の簡素化・平明化である。保険を契約している人間が理解できる保険内容でなければいけないという、当然のことを、早急に行ってもらいたい。また他方で、消費者に保険についての知識を持ってもらう努力を、保険会社、保険業界をあげて行う必要がある。従来行われた「いざと言うときは保険会社が払ってくれるから、お客様は知らなくて良いんです」と言う販売トークは是非過去の遺物にしていただきたい。</p>
3	学識者	<p>保険については「説明」のための情報はたくさん目にしますが、「選ぶ」ためのいい情報が少ないと思います。海外では、保険の商品テストもあると聞きました。これから、質のいい比較情報が提供されることを期待しています。その際、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報を提供しているところは誰か？をはっきりさせてほしい。信頼できる情報かどうかは、まず、自分の身元を明らかにすることからでしょう。 ・信頼できる比較情報を提供するには、保険会社は、必要な情報を正確に提供することが大事。その体制は整っているのでしょうか。 ・保険料の安さなどを強調した広告なども目にしますが、なぜ安いのか？ 保険商品の仕組みを理解したうえで・・・と思います。 <p>消費者の役に立つ比較情報が提供されることを望みます。</p>
4	代理店	<p>以下の保険商品比較表示ルールを提案します。</p> <p>同一種類保険同士のみで比較表示(終身保険なら終身保険同士のみで比較表示)</p> <p>定額保険は定額保険同士、変額保険は変額保険同士で比較表示</p> <p>返戻金抑制型保険は返戻金抑制型保険同士で比較表示</p> <p>無配当型保険は無配当型保険同士、有配当型保険は有配当型保険同士で比較表示</p> <p>保険料は標準体料率に基づく保険料を表示</p> <p>外貨建て保険は外貨建て保険同士で比較表示。</p>
5	代理店	<p>保険商品を販売する者として、以前より比較検討を出来る販売環境を早く作るべきとの思いを持ち続けている者ですが、昨年6月の最終報告にも有る通り消費者保護が最優先であるから、販売側から提示提供する資料データ等についての規制チェックのルールをニーズと保障内容に焦点を合わせた物とし、比較方法のガイドラインを消費者に知らしめる内容として業界上げての保険購入指導の方向を取るべきではないでしょうか。実際に過去13年にわたり販売に携わる中で、余にも保険について知らなさゆえの加入者の多さに仰天、結果、販売者にとっての良い保険で加入者は中身をほとんど理解していないのが現実。保険販売は、まず、比較検討ありきから入るべきと考えます。ぜひ、早期の実現を切望しております。</p>
6	保険仲立人	<p>みんなが主役 保険商品の比較に関する自由討論会(2項目追加) 【特】代理店育成は保険会社ではなく中間機関で行ない、満期更改権は代理店の所有とする。(契約時にお客様の意向確認だけでなく、代理店も自己の立場の確認を必ず行なう)</p> <p>代理店は全社乗合を基本とし、保険会社は代理店乗合意向を尊重し、特定保険会社と関係を厚くすることを保険会社・代理店共に行なわない。</p> <p>代理店に対して賞金付き招待旅行付きの特売(キャンペーン)を行なわない。</p>

	属性	ご意見
		<p>金融関係代理店において、貸金に基づく圧力募集は特に行なわない。</p> <p>企業代理店において、関係下請企業及び社員に対し、圧力募集を行なわない。</p> <p>保険会社社員は、個人物件であろうが客先とのコミュニケーションをとることについて代理店と歩調を合わせることに努力すること。</p> <p>上記 ~ の準備的施策を行なわない限り、ノーマルな比較に関する提案は不可能だと思う。</p> <p>代理店は、全ての保険会社と常に良好な関係を維持し、顧客の願いに基づく商品を心ゆくまで客に説明できるよう努力することが肝要である。</p> <p>代理店は常に全社類似商品の勉強をし、自由に顧客に対し説明できるように備えておくこと。</p> <p>保険ブローカーは既に以上のことを着実に実行しているが、高額な保証金積上システムに泣いていることの改善が必要である。</p> <p>追加項目</p> <p>代理店とブローカー業の協業は何故不可能なのか。米国では大半が協業である。</p> <p>保険販売を討議する場に今まで、第一線の客と接する立場の代理店・ブローカーが居なかったところに最大の欠陥がある。なお、金融審議会保険部についても、第一線で客の心を知る代理店・ブローカーもその場に居るべきことが当然だと思います。</p>
7	その他	<p>1．保険商品の比較情報について、金融庁より「保険会社向けの総合的な監督指針」に具体的な追加や一部訂正、また、生命保険協会より「保険商品の比較情報作成ガイドライン（仮称）」などにより具体的な基準が示されるのでしょうか。</p> <p>2．上記1．が出されるとしたら何時ごろでしょうか。</p>

以上