

説明資料

平成 2 5 年 2 月 1 4 日

金融庁総務企画局

企画課保険企画室

保険商品・サービス WG における各委員等のご意見

～保険募集に関する行為規制・募集文書のあり方について～

- 販売勧誘の局面で顧客のニーズを把握して、それに見合った商品を勧める。結果として顧客がニーズに合致した商品を購入する、これが非常に大事なことであり、共感が得られているところだと思う。
- 顧客の意向のニーズを把握するということは、それは商売として当然で、本来はそういうことをせずに余計なものを売るといった変なことをしている人がマーケットからなぜ排除できないのかという、そういう問題をそもそも扱うべきであり、市場で解決してもらうのが原則ではないのかと思う。顧客の意向を把握するということを法令で規定をするとコストばかりかかるのではないか。こうしたことは、各社の自主的な努力、創意工夫で十分ではないか。
- 意向確認という振り返りの確認を「意向確認書面」を取りつけてやっているという実務があるが、これが保険会社の免罪符的に使われているという面もあるので、最初のほうへ持って行って、消費者が年金保険に入りたいのか保障性の保険に入りたいかというところをふわっとでいいからつかまえていく方がまだ効果があるのではないか。一番最後に意向確認を振り返り的に取るというところにあまり利益がないのであれば、それを前に持って行って、むしろ後ろの意向確認はなくしてしまう方がよいのではないか。
- 保険商品の特性を考えると、いろいろ学習した結果、一番最後の時点で自分が納得するかどうか。もし納得しなかったら、この時点でもう一度考えることができる。そこを充実させるのは、今、意向確認書面が形骸化されているということなので、最後の時点での確認をもう少し充実させることが、保険商品の特性に合わせたニーズに見合った契約かどうかの確認方法ではないかと思う。
- 最終的な意向確認のところで、本当に加入者が自分が買う商品というのがどういうものかというのをわかっているかどうかを確認するのが一番大切である。今行われている意向確認がそういう機能を果たしていないのであれば、最終的な意向確認の部分について、もっときちんとやるような仕組みを考えるのが大切。今現在行われている契約概要・保険設計書の内容の1つとして、顧客のニーズに応じて変更していったという履歴が残るものがあるので、ここをもう少し上手に活用するということで対応できるのではないかと思う。
- お客さんに自分の意向を確認してもらうということをするにはどうしたらいいのかという観点とともに、募集主体の側から、どういう理由でどういう商品を勧めているか、それが何か記録に残るような仕組みがあってしかるべきではないのかなと思う。
- 打ち合わせ記録のような形でやりとりの過程で適切な確認をしていくということとはできないか。

保険商品・サービス WG における各委員等のご意見

～保険募集に関する行為規制・募集文書のあり方について～

- 意向確認書面の効果を最大限あらしめるには、振り返りを行うということが重要だが、今は振り返る相手先がない。いつの時点の、どのタイミングで、何を考えていたということ振り返ることができるような記録があった方がいいのではないか。保険設計書、あるいは打ち合わせ記録でもいいのだが、ある1点の時点ではなくて、契約に至るまでのやりとりや、あるいは保険商品の内容を理解するといったときの契約者本人の思考の過程をたどっていくことができるような、保険設計書をつくるときの営業マンのコメントだとか、打ち合わせ記録などをうまく活用しながら、後からたどれるようなものを整備した方がいいのではないか。
- 意向把握書面について、どのぐらいのレベルのものが求められるのか。レベル感が非常に多様なので、全部1つの形式でやるというのは非常に難しく、無理があると思うし、これを法令で規制する書類とするには非常に疑問がある。
- 意向把握、意向を踏まえた商品を推奨する義務については、商品とか顧客とか、チャネルなどの特性に応じた対応が可能なものであることが妥当。募集プロセスの入り口におけるニーズ把握とか、また募集プロセスの途中とか、最終段階などにおける当初のニーズの振り返りができる仕組みというのには有用。
- どういうトラブルがあって、どういう形で免罪符として使われてきているのだろうかというところが、いま一つ明確にイメージできない。意向の把握については、後から振り返るという形の、ある意味効果の薄いものを広く投げかけることで、対処すべきことには対処できないかわりに、あまり問題が起きていないところに無用な負担をかけることになってしまうのではないかという懸念を持っている。

保険募集に係る行為規制・募集文書に係る論点

～保険募集に関する行為規制・募集文書のあり方について～

○ 保険募集に関する行為規制のあり方について

- 保険募集に当たっては、本来、募集人が顧客の潜在的ニーズ（意向）も含めたニーズを把握し、当該ニーズに沿った商品をわかりやすく説明・提案し、顧客自身が自身のニーズに沿っているものであることを認識した上で保険契約が締結される必要がある。
- このため、現状、推奨された保険商品が自らのニーズに合致しているものかどうかについて顧客自身が確認した上で保険に加入できるよう意向確認書面を導入し、顧客自身による契約締結前における最終確認の機会を確保している。しかし、昨今、当該意向確認自体が形骸化しており、導入時に求められた効果が必ずしも発揮されていないとの指摘がされているところである。
- 顧客が、自らのニーズと保険商品の内容が合致していることをしっかりと確認・認識した上で、当該保険に加入することを確保するためには、顧客自身が募集人の説明を受ける毎にニーズ（の変遷）を確認し、契約締結前の段階において顧客が自らのニーズの形成過程や商品内容との関係を理解した上で、契約を締結できるようにすることが有用であると考えられる。
- この観点からは、募集人が面談毎に顧客とのやり取りについて記録し、当該記録について顧客自身が募集人とともに確認し合い、当該確認した内容を文書で残すことが理想と考えられる。
- しかし、ニーズの変遷を含めた両者のやりとりの概要のすべてを記録し、保管・提示・確認することは顧客・募集人にとって過度な負担を課すおそれがある。

保険募集に係る行為規制・募集文書に係る論点

～保険募集に関する行為規制・募集文書のあり方について～

➤ そこで、個別・具体的な商品の提案に入るまでに、提案の前提となる顧客ニーズについて、募集人と顧客が確認をするプロセスを確保することが重要であると考えられるが、具体的には、どのような手法によることが考えられるか。

(注1) 来店、訪問、通信販売、インターネットなど、保険募集のチャネルは様々なものが考えられる。各チャネルに共通する考え方を整理するとともに、具体的手法については、各チャネルの属性に応じたものとすることが考えられるがどうか。

(注2) 顧客のニーズを把握した上で個別・具体的な商品提案を行うことができないような実務面での障害はあるか。あるとしたら、具体的にどのようなものか。

※ 上記プロセスと連動させて意向確認を行うことが考えられるがどうか。