

金融審議会ワーキンググループ資料
少額短期保険における課題認識

平成25年3月1日

■ 1. 乗合代理店への規制のあり方 ■

＜少額短期保険での乗合代理店の実情＞

- ・ 少額短期保険においては、2～3社程度の小規模な乗合代理店が多数存在
- ・ お客様のニーズに合わせて最適と思われる商品を紹介している
- ・ そもそもニッチ分野に特化した商品が多く、比較対象となる商品がないケースも多い
- ・ 協会ADRにおいては、不適切な商品が推奨されたことによるトラブル事例は見受けられない

＜規制実施時の実務面の課題について＞

- ・ 少額で安価な少額短期保険に関して、消費者が代理店手数料の開示を求めているか疑問
- ・ 実質的な問題がない中で、いたずらに現場の負荷が増加することが懸念される

■ 2. 情報提供義務について ■

＜少額短期保険での情報提供の実情＞

- ・ 少額短期保険は、主としてニード、加入目的が明確な商品が中心
- ・ 生損保同様、重要事項説明書、注意喚起情報にて情報提供
- ・ 意向確認書、申込書への署名捺印にて意向が確認されている
- ・ 協会ADRにおいては、意向に反した商品に加入したことによるトラブル事例は見受けられない
- ・ 保険加入後に顧客の意向が変化した場合も、1年単位で契約の見直しが可能なため、軌道修正が容易

＜意向把握書面導入の際の実務上の課題について＞

- ・ 既存の大型商品に比べて、手軽に加入できる利便性が損なわれる懸念がある
- ・ 実質的な問題がない中で、いたずらに現場の負荷が増加する懸念がある

■ 3. 募集文書の簡素化について ■

〈少額短期保険における募集文書の簡素化の状況について〉

- ・ 少額短期保険では、商品内容、保障内容がシンプル
- ・ そのため申込書等もシンプルで消費者にも分かりやすい体裁
- ・ 大型保障、長期保障ではないため、注意喚起すべき事項も比較的少ない
- ・ 以上から募集文書は、当初から比較的シンプルな体裁になっている

〈今後の取り組み予定について〉

- ・ 多様な商品が存在する少額短期保険においては、画一的な募集文書の枠組みではなく、各社の創意工夫も重要
- ・ 一方、協会においてモデルフォームやガイドラインを整備するなどさらによりよい募集文書作りを推進

■ 4. 比較サイト等への規制について ■

＜少額短期保険での比較サイト等の利用実態＞

- ・ 少額短期保険では独自の販売網を持たず、比較サイトやコンビニでのパンフ設置などを活用、検討している業者も多い
- ・ 商品内容がシンプルで保険の目的も明確なため、非対面募集にも馴染みやすい
- ・ プロモーションコスト削減の目的から、成果報酬型の広告費、設置料体系とする場合もある

＜募集と広告の認識について＞

- ・ 商品説明＋報酬受取をもって募集行為とする定義は明確で合理的
- ・ ただしFPが商品を紹介し原稿料を支払うような形態まで募集とするのは実態にそぐわない
- ・ 少額短期保険業者が多額のプロモーションコストをかけず、創意工夫で保険販売できるように、多様な販売手法が可能なルールづくりが望まれる
- ・ 実務においては、ケースバイケースでの判断が必要