

外貨建保険販売の際の情報提供のあり方について

- 外貨建保険の販売については、保有契約の増加に伴って依然として苦情が増加している状況であり、先日（2月20日）、国民生活センターからも、外貨建て生命保険の相談が増加しているとして、2017年12月に続き2度目の注意喚起情報が公表されている。これまで、外貨建保険の募集の適正化、高度化に向けて様々な取り組みを行ったが、依然としてこのような状況にあることは真に遺憾である。
- 特に、国民生活センターから公表された事例にもあるような「元本保証を約束されたが違った」「定期預金をしたつもりが、外貨建て変額個人年金保険に加入していた」といった募集行為は極めて問題である。各社に寄せられた苦情を金融庁で分析しても類似の事例が相変わらず認められる。こうした状況に接しながら、適切な募集が行えないのであれば、外貨建保険の販売を行うべきでないと考えている。
- 一方、金融庁の分析では、苦情の発生時期は、契約時点から相当程度（6月以上）経過しているものが太宗（8割）であり、特に、保険会社が「契約内容の案内」を送付すると苦情が増加する傾向が顕著であることが分かった。
- こうした傾向は、外貨建保険は市場リスクを有する金融商品であるにも関わらず、契約締結後、個々の契約者にとって必要な情報が十分に提供されていないことも一因だと考えている。
- 金融業における「顧客本位の業務運営」とは、顧客と継続的な関係を築き、保障の提供や資産管理・資産形成を支援することであると考えている。このような観点からは、金融機関が金融商品を販売して終わり、ということはありません。絶えず顧客に必要な情報やサービスを提供する、契約後のアフターフォローは当然に行われるべきもの、と言える。
- とりわけ、生命保険は金融商品の中でも契約期間が長いという特徴が

ある。そのため、募集時に十分な説明が必要であることに加えて、契約後のアフターフォローの必要性・重要性は他の金融商品と比べても非常に高いものと考えている。銀行等代理店において、契約者の解約返戻金の時価を日々確認できるようにする取組みが個別に進められていることは承知しているが、それだけでは不十分で、真に顧客のためになるアフターフォローとはどのようなものか、よく考えていただきたいと思う。

- しかし現状は、代理店である金融機関と保険会社とで、顧客からの苦情をたらい回しにしている例が国民生活センターから報告されており、到底看過できるものではない。
- そこで、まず金融庁としては、銀行等代理店や保険会社各社において、具体的な取組みに落とし込めるよう、アフターフォローのあるべき姿について生命保険協会と議論をさせていただきたいと考えている。当該議論も踏まえ、単に銀行等代理店と保険会社との間で役割分担を決めればよいということではなく、両者が一体となって、顧客の立場に立った丁寧な保険募集・アフターフォローを行える態勢を構築していただきたいと思う。

(以 上)