

## 保険金等の支払い問題と契約者保護をめぐる一考察

慶應義塾大学 宮地 朋果

### 1. 報告の目的

保険会社間の販売競争を消費者にとって有益なものにするためには、単なる価格における優位性のみではなく、消費者のニーズを満たす、あるいは喚起するような商品開発力の追求が求められる。その意味において、近年、各社が（特に第三分野における）商品開発に注力したことは、大きな方向性としては間違っただけではなかったと思われる。しかし現実としては、商品多様化における「功」とともに「罪」の影響も顕著となってしまった。昨今の保険金等の支払い問題は、その最たるものといえる。

保険金等の支払い問題の背景には、保険会社の消費者軽視の姿勢や経営倫理の欠如、社内体制やシステムの問題など、さまざまな要因があることが指摘されるが、本報告では主に消費者側の要因に焦点を当てて検討したい。すなわち、保険金等の支払い問題における消費者の責任をどこまで問えるのか、消費者に自己責任を求めるために必要とされる社会的な基盤や、契約者保護のあり方とはどのようなものかについて考察する。

### 2. 商品多様化の功罪と消費者の意識

商品の多様化は、個々の消費者のさまざまなニーズに対応できるという利点をもたらすが、それと同時に、数多くある商品のなかから自らのニーズに最適と考えられるものを自己責任にもとづいて選択する困難さを消費者に与える。しかし、日本の消費者がそれに耐えうるだけの情報や商品知識を、保険に関して十分に持っているのかという問いに関しては、現状では残念ながら否と答えるほかない。

少子高齢化の進展やそれともなう公的保障の縮小等を背景として、自己責任や自助努力がますます求められてはいるが、消費者の意識に急激な変化はみられ

ない。また、自らが購入した保険商品や契約内容の詳細については、把握していない場合も少なくない。このような消費者の他人任せで消極的な姿勢も、保険金等の請求もれなどにつながる一因にはなっている。

### 3. 保険に関する教育・情報提供をめぐる欧米の取り組み

複雑でわかりにくいとされる保険商品のなかから、消費者が自らに適すると思われる商品を選択するには、ある程度の保険知識と商品比較のための情報が不可欠である。また、保険申込以後に問題が生じた際の救済制度や機関も重要である。本報告では、欧米における保険教育・情報提供に関する取り組みを概観し、日本への示唆となるべきものはないか比較検討する。たとえば、具体的な社名を載せた苦情件数のランキングなども含むニューヨーク州保険庁の「医療保険事業者消費者ガイド (New York Consumer Guide to Health Insurers)」や、第三者的な仲介機能を果たす英国金融オンブズマン局 (The Financial Ombudsman Service) の活動、一般的な消費者向けにホームページでわかりやすく保険制度を説明する英国 F S A の取り組み等を取り上げ、日本への適用可能性などを考える。

### 4. 小括

消費者による適切な商品選択の推進や契約者保護のためには、保険に関する十分な教育および情報の提供が必要とされる。しかし、保険会社サイドから消費者への働きかけには制約があるため、第三者の立場からの利害調整や情報提供サービス、保険教育の必要性が高まるものと思われる。したがって、保険に関する情報量や知識、理解度が、消費者と保険会社間で乖離している現状の改善や、消費者をめぐる社会的な基盤等の整備において、監督官庁や保険研究者等が果たすべき役割はますます重要になってくる。また、それらの努力なくして、保険金等の支払い問題などについて、消費者に過度の自己責任・自助努力を求めることは適切ではないと思われる。しかし、たとえ消費者の多様性や消費者教育そのものの限界を考慮しても、消費者一人ひとりの意識変革が何よりも必要とされる方向性は不可逆であるだろう。