

「生命保険商品の比較について」

日本生命保険相互会社 檜原英男

1. はじめに

本報告は、保険販売の今後を考えるうえで、消費者の商品購入行動において一般化しつつある比較購入について、「生命保険商品の比較購入の現状」を生命保険商品の特徴や規制の歴史的経緯などを切り口に検討し、今後の比較販売の方向性や論点を洗い出すことを目的とするものである。

(1) 生命保険商品の特徴

生命保険の特徴として、「長期性」「再加入困難性」などがあげられる。また、購入した消費者が生命保険の商品性や機能を実感するのは、実際に保険事故が発生した時点であり、生命保険は被保険者の病気や死亡などを保障していることから、一般的に加入から時間が経過してからその商品機能が発揮されることになる。

このため、生命保険の購入に際しては、正確な情報による慎重な商品選択が重要であり、先入観や偏った情報により商品選択を誤ってしまうと、加入期間中にその認識を改めるのは困難であり、また、再加入困難性等により、事後的救済も困難なことから従来から事前規制が導入されている。

(2) 規制の歴史的経緯と現状

旧募集法では、保険契約者に誤解を与えるおそれがあるという理由で一部比較が禁止されており、実質的には保険契約の比較は全面的に禁止されていた。平成7年の業法改正では、適切な比較情報の提供は、保険契約者の商品選択に資する面もあるという理由から「誤解させるおそれのある」比較の禁止に改正されている。

(3) 生命保険商品の変遷

高齢化社会の進展、医療技術の発達といった社会の変化に対応するため、生きているうちに保険金を受け取って自分のために役立てたいというお客様のニーズが顕在化してきたことから平成4年3月に日本で初めて生前給付の概念を取り入れた「三大疾病保障保険」が発売された。所定のがん、急性心筋梗塞、脳卒中に罹患し、60日以上所定の状態が継続した場合、

【創立70周年記念大会】

シンポジウム

報告要旨：檜原英男

死亡・高度障害時と同額の保険金が支払われるもので、その後、病気による所定の障害状態や介護状態で保険金をお支払する生前給付型の保険が一般的となってきた。

ニーズの多様化と、それに応える生前給付型商品等の多様化により、従来の死亡保険に比べて生前での支払事由が拡大された保険商品は、従来型の単純な死亡保険と比較すると複雑になっている。

（４）商品のシンプル化

長期性や再加入困難性は、生命保険の固有の特性であるが、誤解のない比較を行うには、生命保険商品をよりシンプルなものにしていく必要がある。弊社の取組としても平成21年に総合医療特約を発売し、わかりやすい保障内容を実現している。具体的には、6つの医療特約の機能を1つにまとめ、シンプルな保障体系を実現するとともに、手術保障範囲は公的医療保険制度の対象となる手術にリンクさせることで、手術の保障範囲を拡大している。

このような取組は今後も続けていかなければならないが、ニーズに合わせて提供する保障内容の多様化とともに商品が複雑化している面もあり、「わかりやすく」かつ「保障が必要な方へ適正な保険料」で販売するため今後の研究課題となっている。

（５）海外の状況

英金融庁（FSA）は、平成20年に保険比較サイトマーケットの実態調査結果を公表しているが、「多くの保険比較サイトが保険料比較を重視するあまり、その他の商品概要・保障内容に関する情報提供が不十分」であることが報告されている。具体的には、多くの保険比較サイトにおいて、HP画面上で安い保険料を提示するため、保障内容を可能な限り削減した場合の保険料が提示されており、そのことに関する説明も十分でないことが明らかになっている。

2. まとめ

契約者等の利便性向上と適切な商品選択に資するための情報の提供は、保険会社としても継続して取り組んでいかなければならない課題であり、以上の考察を踏まえて、今後の比較販売の方向性や論点を提示していきたい。