

# 保険商品・サービスの提供等の在り方について

平成24年6月7日  
保険商品・サービスの提供等の在り方に関するWG  
オブザーバー  
梅崎輝喜

## (はじめに) 金融審議会諮問事項

### ○ 保険商品・サービスの提供等の在り方についての検討

#### 検討の前提(現状)

我が国における少子高齢化の急速な進行などの社会経済の変化を背景に、保険に対するニーズが多様化するとともに、保険の販売形態も多様化している状況

規制の全体像を視野に入れつつ  
以下について検討

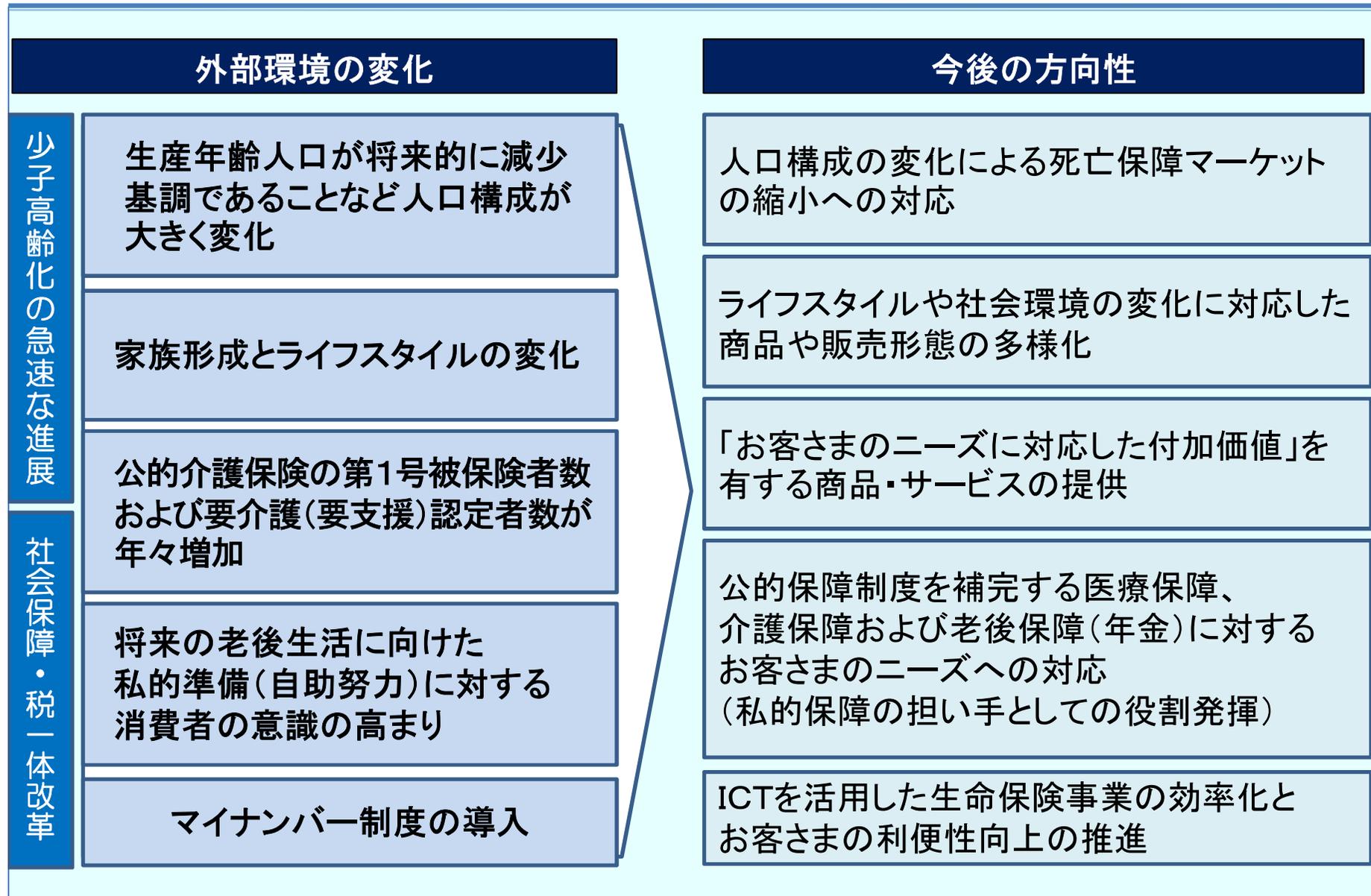
#### ① 保険契約者の多様なニーズに応えるための保険商品やサービスの提供および保険会社等の業務範囲の在り方

- ◆ 生命保険事業を取り巻く環境の変化と今後の方向性
- ◆ 少子高齢化に対するこれまでの主な取組み
- ◆ 今後の取組みの方向性  
(具体例：現物給付型保険商品の提供、介護関連事業の展開、保育所運営 等)

#### ② 必要な情報が簡潔で分かりやすく提供されるための保険募集・販売の在り方

- ◆ 保険募集・販売の取組み
- ◆ 保険募集・販売の今後の在り方

# 1. 生命保険事業を取り巻く環境の変化と今後の方向性



## 2. 少子高齢化に対するこれまでの主な取り組み

### (1) 介護分野への対応

【明治安田生命のケース】

#### ◆介護保障保険の販売

- ・公的介護保険制度に連動した支払事由など所定の要介護状態に該当された場合に、年金や一時金をお支払い  
⇒介護に関する経済的負担に対応

福祉用具購入、住宅改造費等の初期費用、要介護状態時の生活費、公的介護保険の自己負担、横出し・上乗せサービスに係る費用に活用

#### ◆介護施設運営事業への進出

- ・介護付有料老人ホーム運営会社を  
2012年3月に子会社化

(運営主体：(株)サンビナス立川)

#### ◆介護総合情報ポータルサイト「MY介護の広場」の運営

- ・金融業界初の試みとして、2011年11月にオープン
- ・介護に役立つ知識・情報、介護従事者・事業者向けの情報・ツール、介護関連のイベント・セミナー情報および有料老人ホーム等の情報を提供
- ・介護支援ソフト「ケアマネくん」を販売(要介護者の状態に沿った一定水準のケアプランを手軽に作成できるソフト)

(運営主体：明治安田システム・テクノロジー(株))



### (2) こどもの教育や育児に対する支援

#### ○こども保険の提供

- 教育資金
- 保護者死亡後の養育年金
- 入院や手術のための医療保障

#### ○子どもの明日応援プロジェクト (一部のみ掲載)

「子どもの命・安全を守る」地域貢献活動  
地域安全マップづくり教室、「黄色いワッペン」の贈呈  
助産師育成支援 Hello! Baby 奨学金プログラム

### 3. 少子高齢化社会における生命保険事業の今後の取組みの方向性(例)

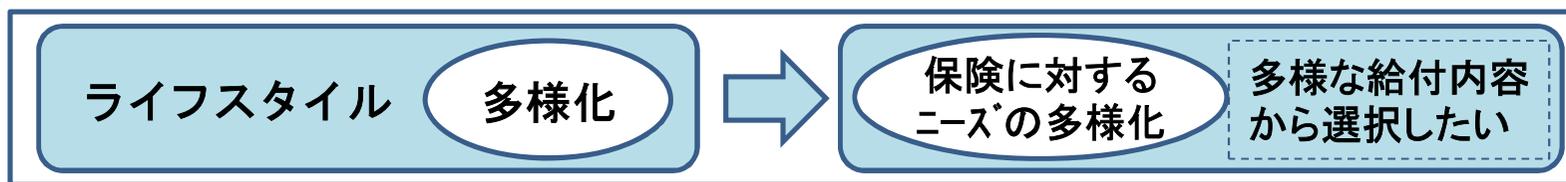
取組み例		少子高齢化社会において保険会社が貢献しうる役割
高 齢 化	現物給付型保険 商品の提供 《検討事項①》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 定額保険の保険給付は金銭給付に限定されているが、現物給付が認められることによって、多様化する消費者のライフスタイルに対応した、多様な給付を選択できる付加価値のある商品やサービスを提供すること</li> </ul>
	介護関連事業の 展開 《検討事項②》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 現在、介護保障商品の販売や子会社等による一定の介護サービスの提供を行っているが、子会社の業務範囲規制が緩和されることによって、今後さらにグループで幅広く介護事業を展開し、お客さまに対して、一体的な介護サービスを提供すること</li> <li>● 介護保障商品の開発に際し、幅広い介護事業運営の経験を活用すること</li> </ul>
少 子 化	商品・サービスの 提供 《検討事項③》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 不妊治療を保障する商品の提供が認められることによって、安心して治療に専念できる環境の整備に貢献すること</li> <li>● 子会社の業務範囲規制の緩和によって、生活物資配送サービスの提供などの生活支援事業を行ない、育児期の家庭に対する生活支援を行なうこと</li> </ul>
	保育所運営 《検討事項④》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 子会社の業務範囲規制が緩和され、保育所の運営が認められることによって、グループとして福祉関連業務にも取り組んでいる保険会社が、待機児童問題が深刻な都市部の不動産を有効活用し、社会福祉に貢献する観点から保育所を運営すること</li> </ul>
	新しい商品・ サービス提供 スキームの開発 《検討事項⑤》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 定額保険について、医療機関等のサービス提供者に直接、給付金を支払う新しいスキームが認められることによって、お客さまの利便性向上に貢献すること</li> <li>● I C T（情報通信技術）の利活用が認められることによって、業務の効率化を実現し、迅速かつ確実な保険サービスの提供に寄与すること</li> </ul>

経営の健全性と業務の適切な運営を前提に、多様なニーズにお応えしていくことで、少子高齢化社会にも貢献

## 4. 現物給付型保険商品の提供

現行規制

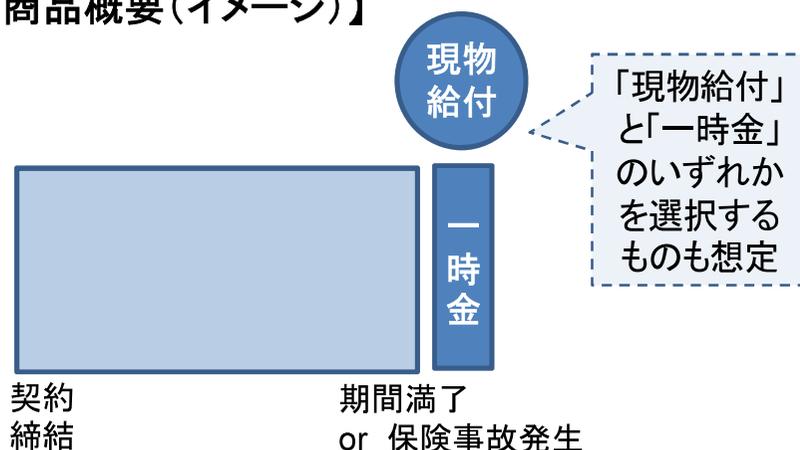
定額保険契約の保険給付は金銭給付に限ることが規定されており、現物給付は認められていない



(例) 介護保障保険の開発  
(ニーズに対応した付加価値の提供)

保険会社による 介護施設への入居権 介護サービスを対象とする現物給付型保険商品の提供

### 【商品概要(イメージ)】



### 【想定される具体的な現物給付の内容】

- ・ 有料老人ホームの入居権付与
  - ・ 介護サービスの提供  
(介護保険制度の対象とならない「上乗せ・横出し」サービス)
- 《介護に関する給付以外のもの》
- ・ 葬儀サービスの提供
  - ・ 人間ドック受診サービスの提供
  - ・ 保育所への優先入所権付与
  - ・ 復職支援サービスの提供 etc.

【検討事項①】 現物給付型保険商品の提供

## 5. 介護関連事業の展開(子会社等の業務範囲規制の緩和)

- 介護分野には潜在的なニーズが存在し、今後の市場拡大が見込まれる
- ニーズに対応した商品や付加価値サービスの開発が必要

今後も子会社等において幅広く介護事業の展開を検討  
(現物給付型保険と組み合わせることで相乗効果)

### 【在宅系介護関連サービス事業】

家事代行サービス、給食サービス、食品宅配サービス、移送サービス(自宅⇄病院)、買物代行サービス、付き添いサービス、見守りサービス(機器の販売・巡回)

### 【法人(施設運営主体等)向け介護関連サービス事業】

メディカルヘルパーや介護ヘルパーの医療機関や介護施設への派遣、福祉機器の販売やレンタル、移送サービス(施設⇄病院)

### 【老人や身障者以外の方を対象とする介護サービス事業】



左記の介護関連事業は「監督指針」に例示されている業務に該当するかどうか不明

### 【高齢者の生活を支え、豊かにする各種事業】

高齢者向けの職業紹介事業、旅行業、各種教育・教養講座の運営事業 等

子会社等で認められない事業

### 【監督指針 Ⅲ-2-3-1(2)⑤イ】

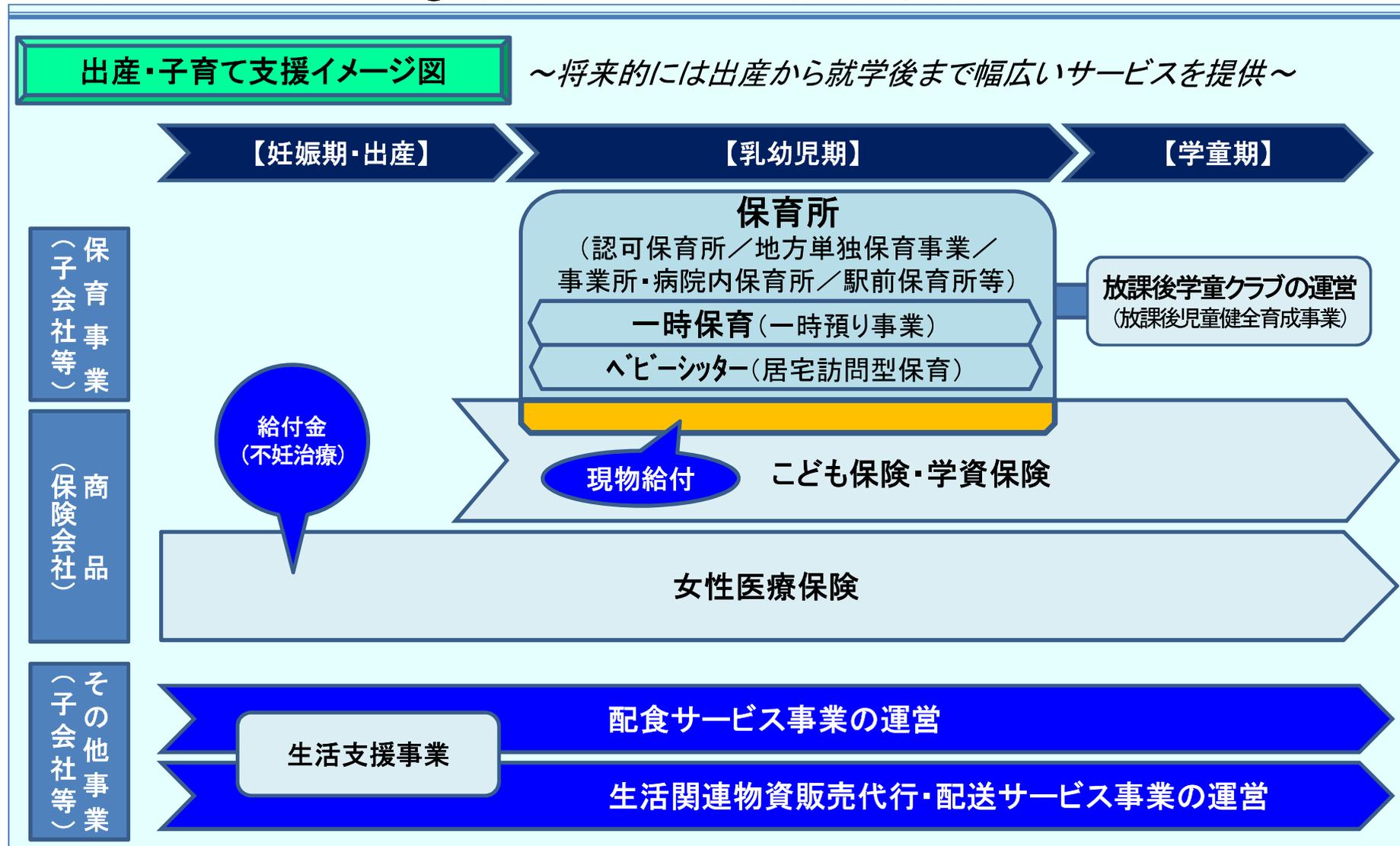
「福祉関連業務」の例示

- ・有料老人ホーム、老人ホーム入居者に対する給食業務等
- ・高齢者福祉関連施設の運営・管理
- ・リハビリテーション機関(アスレチッククラブを含む。)の運営・管理
- ・介護機器の開発
- ・コンサルティング
- ・取り次ぎ
- ・介護者の研修に関する業務
- ・在宅サービスに関する業務
- ・健康・福祉に関する調査・研究

子会社等が行なうことができる業務範囲規制の明確化および緩和の検討が必要

【検討事項②】 子会社等の業務範囲規制の明確化および緩和

## 6. 少子化への取組み① 商品・サービスの提供(全体像)



【検討事項③】 少子化対策に貢献できる商品・サービスの提供に向けた規制緩和

## 6. 少子化への取組み② 保育所運営(子会社等の業務範囲規制の緩和)

現行規制

子会社の業務範囲規制により、子会社等による保育所の運営は認められていない

大都市部を中心とした深刻な保育所不足による「待機児童問題」

保険会社の子会社等による保育所の運営

保険会社に取り組むメリット

全国展開している会社も多く、幅広い提供が可能  
教育資金の準備を目的とした保険商品を含むライフ  
プランニング情報の提供が可能

駅前等の好立地に所有する不動産の有効活用が可能

【ご参考】

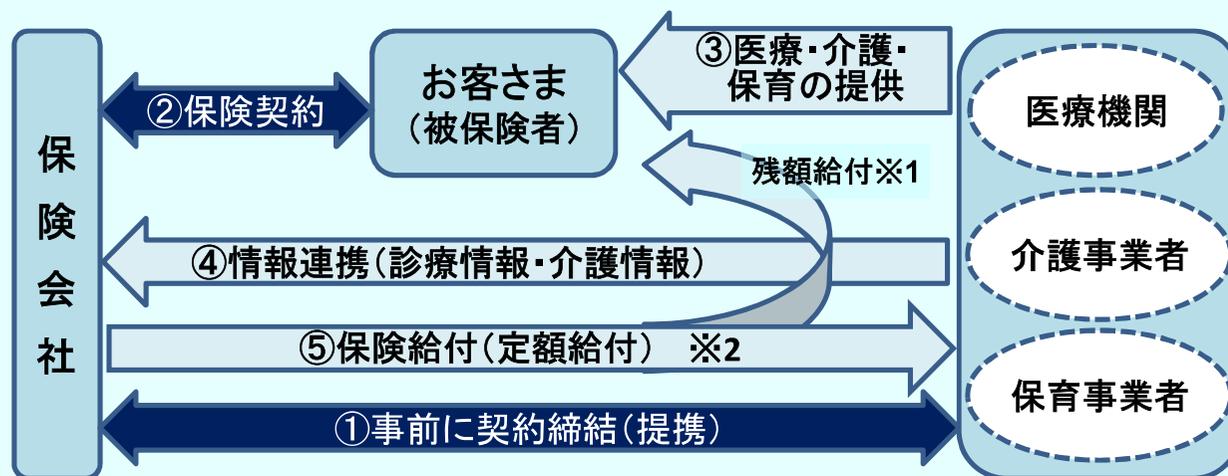
- 20代・30代の世代が少子化対策として望むこと  
「出産後に子どもを預ける場所の確保」  
⇒回答者の8割超(必要+どちらかという必要)
- 出産後仕事を継続した理由  
「保育所に預けることができたこと」  
⇒回答者の29.6%  
明治安田生活福祉研究所「第5回結婚・出産に関する調査(2009年)」

保育所不足による「待機児童問題」の解決に寄与

【検討事項④】 子会社等の業務範囲に保育所の運営を追加

## 7. 新しい商品・サービス提供スキームの検討

### 給付金を活用した提携先・委託先との一体サービスの提供



(※1) お客さまへは、約定している給付金額(定額)から医療機関等へ支払われる金額を控除した額を支払う

(※2) 先進医療など実損填補型の商品ではすでに実現している仕組み

#### 【概要】

被保険者が受診する医療機関、サービスを楽しむ介護事業者や保育事業者に対し、保険会社が直接給付金を支払うスキーム(お客さまからの同意取得が前提)

#### 【お客さまのメリット】

請求負担軽減  
利便性が向上

#### 【医療機関等のメリット】

事務の効率化  
費用回収の確実性

#### 【保険会社のメリット】

請求・支払事務の効率化  
確実な支払い

### マイナンバー(番号制度)の活用(行政情報の有効な利活用)

- ◆ 激甚災害時における安否確認や所在確認にマイナンバーを利用することによって、確実な請求案内が可能
- ◆ 年金請求手続時における現況確認にマイナンバーを利用することによって、高齢者の負担を軽減 etc.

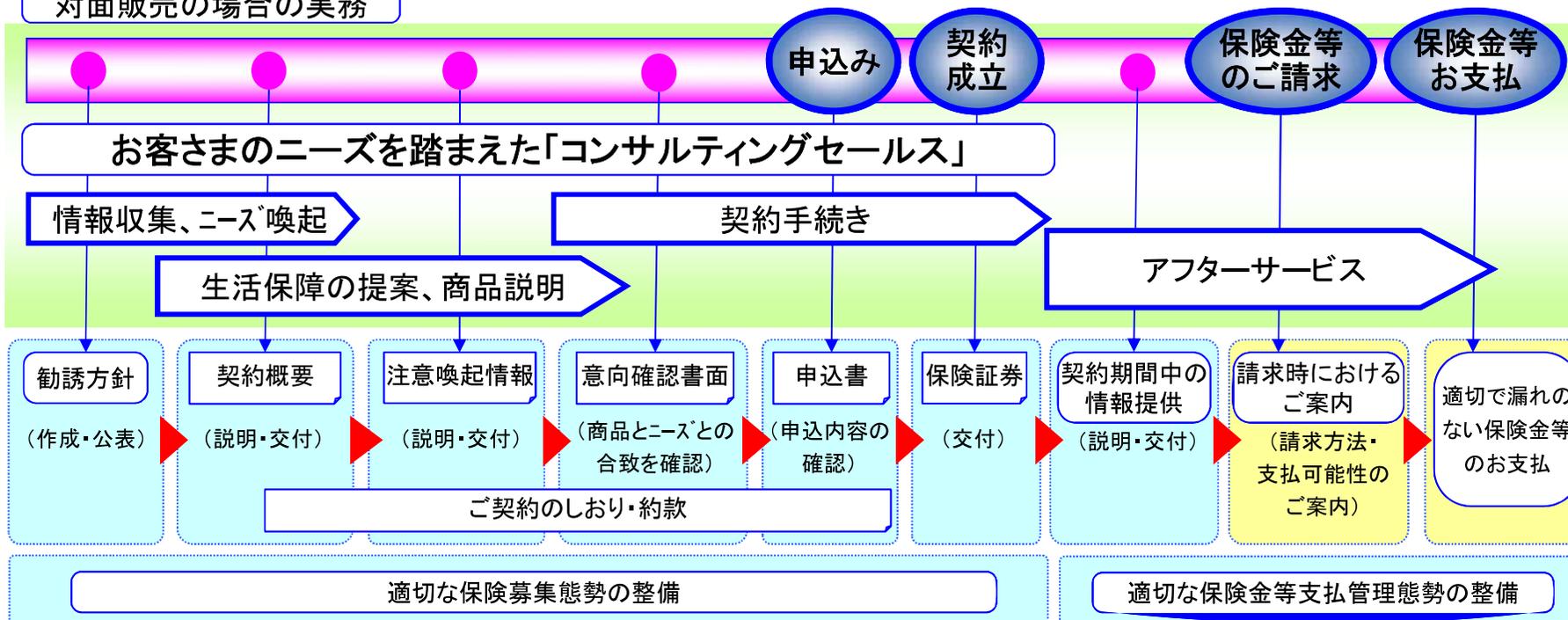
マイナンバーを利用することによって、多大なコスト・時間・労力を削減し、効率化を実現  
迅速かつ確実な保険サービスの提供に寄与

【検討事項⑤】 新しい商品・サービス提供スキームの開発

## 8. 保険募集・販売の取組み①(実務の全体像と生命保険の特性)

～「契約概要」「注意喚起情報」「意向確認書面」等を用いた保険募集ルールが整備され、  
現在、そのルールの枠組みのもとで、各社が態勢整備を行なっている～

対面販売の場合の実務



### 生命保険商品の特性

#### ●生活保障機能

- ・お客さまのリスクを保険会社に移転する取引
- ・家族の安定した生活を確保する保障機能を有している(⇒一般的な「投資取引」とは異なる)

#### ●再加入困難性

- ・加齢や健康状態の変化によって再加入が困難となる可能性

#### ●ニーズ潜在性

- ・お客さまの保障ニーズは潜在的
- ・必要な保障は個人の価値観によって異なるため、お客さまのニーズを十分に踏まえた丁寧な対応(＝コンサルティングセールス)が必要

#### ●長期性

- ・保険期間が長期

## 8. 保険募集・販売の取組み②(生命保険業界)

### 必要な情報を分かりやすく提供するためのこれまでの取組み

#### ●業界自主ガイドライン(GL)の策定・見直し(適宜)

- ・生命保険商品に関する適正表示GL(平成15年10月)  
→生命保険商品に関する適正な表示(広告含む)を確保するための留意点や記載例(不担保期間、保険料、加入条件等の記載例)等を整理
- ・契約概要作成GL・注意喚起情報作成GL(平成18年3月)  
→文書作成にあたっての留意点や記載例(クーリング・オフ、責任開始期、解約返戻金、ADR等に関する説明の記載例)等を整理
- ・市場リスクを有する生命保険の募集に関するGL(平成19年9月)  
→特定保険契約の募集における留意点を整理
- ・契約締結前交付書面作成GL(平成19年9月)  
→特定保険契約に係る契約締結前交付書面作成にあたっての留意点や記載例(保険商品の特徴、保険期間、諸費用等の記載例)等を整理
- ・生命保険商品の募集用の資料等の審査等の体制に関するGL(平成20年3月)  
→募集用資料等の審査についての留意点や取組み事例等を整理
- ・保険金等の支払いを適切に行うための対応に関するGL(平成18年1月)  
→迅速・適切な支払いのための留意点や、支払えない場合の説明のあり方等を整理

#### ●募集人のさらなる資質向上のための取組み(平成21年4月)

- ・「業界共通教育課程」のカリキュラムの大幅見直し  
→「コンプライアンス」、「説明責任」、「アフターサービス」に関する内容を充実
- ・「継続教育制度」の新設  
→「法令遵守・お客さま重視」の視点を持ち続けていくために毎年継続・反復的に教育を受けるための仕組み

#### ●「契約概要」・「注意喚起情報」の導入(平成18年4月)

- ・重要事項のうち特に説明すべき重要事項を整理・明確化  
→「契約概要」=顧客が保険商品の内容を理解するために必要な情報  
→「注意喚起情報」=顧客に対して注意喚起すべき情報

#### ●「意向確認書面」の導入(平成19年4月)

- ・申込みを行なおうとする保険商品がニーズに合致しているものかどうかを、顧客が契約締結前に最終的に確認する機会を確保するため、保険会社が「意向確認書面」を作成して顧客に交付するとともに、保険会社において保存するよう義務付け

### 継続的な各社のPDCAサイクルを後押しするための仕組み(生命保険協会)【P13参照】

- ①協会が受け付けた消費者からの苦情・相談や、消費生活相談員からの意見・要望等を各社へ情報提供
- ②「消費者の声」の分析結果等を踏まえた継続教育標準カリキュラム等の見直し
- ③自主ガイドラインに関するフォローアップアンケートを実施し、各社の取組み事例を共有化

## 8. 保険募集・販売の取組み③(各社: 明治安田生命の例)

### 募集文書

#### ●募集文書改善の取組み

- ・支払制限事項を目立たせる工夫等(契約概要)
- ・「ご契約のしおり」冊子との合本化による参照性向上(注意喚起情報)
- ・商品種類やお客さま属性に応じた記載事項の可変化(意向確認書面)

#### ●約款の平明化

- ・平成19年6月:新たに発売する商品の約款の平明化を本格的に開始
- ・平成22年10月:全個人保険商品の約款を平明化

### 商品開発

#### ●わかりやすさを重視した商品開発と商品ラインナップの簡素化

- ・平成21年6月:「明日のミカタ」「元気のミカタ」発売  
⇒入院医療費の自己負担分に対応した給付  
(支払事由のわかりやすさ向上、公的医療保険制度にリンク)
- ・平成22年6月:商品ラインナップ簡素化  
⇒保障内容が重複する特約の新規取扱い停止  
⇒特約数・給付種類のスリム化
- ・平成23年10月:「生活保障」と「死亡保障」の分離

### 募集人の更なる資質向上

#### ●コンサルティングサービスとアフターサービスの充実

- ・平成20年4月:「安心サービス活動」制度の導入  
⇒ご契約者に対する訪問回数やサービス内容を標準化  
⇒活動状況を処遇制度に反映
- ・平成24年1月:「提案力革新」の取組み  
⇒ビフォアサービスの充実、複数プランの中からお客さまが選択
- ・東日本大震災への対応(業界としての取組みについてはP18参照)  
⇒安否確認活動、保険金等お支払促進活動 等

#### ●営業職員教育・研修制度等

- ・FP資格取得の推進
- ・教育・研修制度の充実、アフターサービスを重視する処遇体系による定着率の向上

### 販売チャネル(募集主体)多様化

#### ●販売チャネル多様化に向けた取組み

- ・銀行等金融機関(代理店)販売の取組み
- ・金融機関以外の代理店チャネル体制の整備・強化
- ・新規チャネルへの取組み  
⇒来店型店舗の展開

#### ●代理店教育・研修制度等

- ・全国配置した代理店営業担当が教育・研修を実施
- ・法人代理店支援システム「MYLINCエージェントダイレクト」の提供
- ・業界共通研修以外の教育・研修プログラムの整備
- ・コンプライアンス研修を含む研修の講師派遣、教材提供等による代理店支援

### 「お客さまの声」を経営に活かす取組み

#### ①「お客さまの声」の集約・一元把握

- ・「お客さまの声システム」による集約・一元把握
- ・「お客さま満足度調査」
- ・「MOT提案」

#### ②業務改善の取組み

- ・部門横断組織「お客さまの声」推進委員会
- ・お客さまの声推進諮問会議(社外専門家)
- ・消費者専門アドバイス制度(消費者専門委員を委嘱)

#### ③改善取組み状況の公表

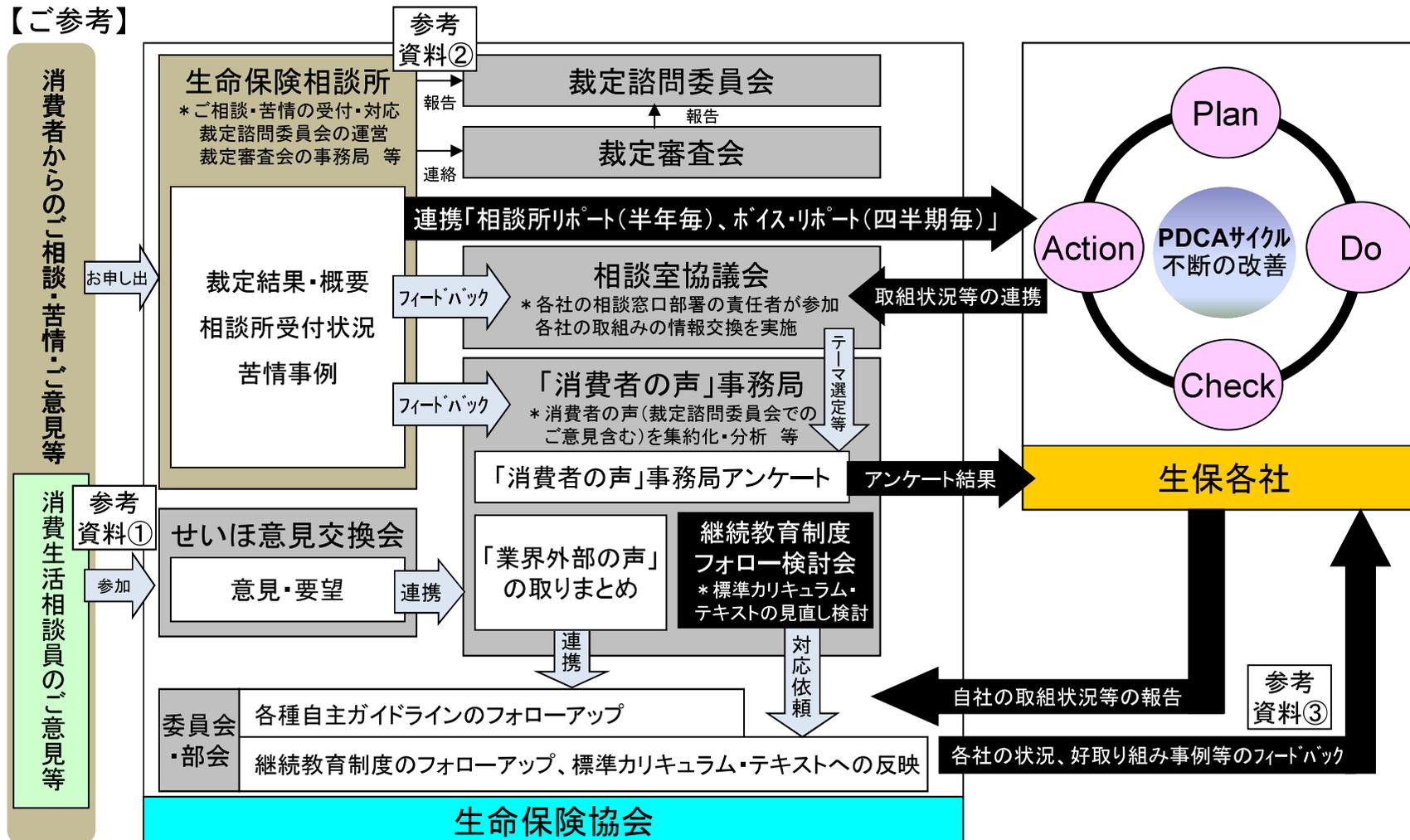
- ・「お客さまの声白書」の公表

#### ①へ

## 9. 保険募集・販売の今後の在り方

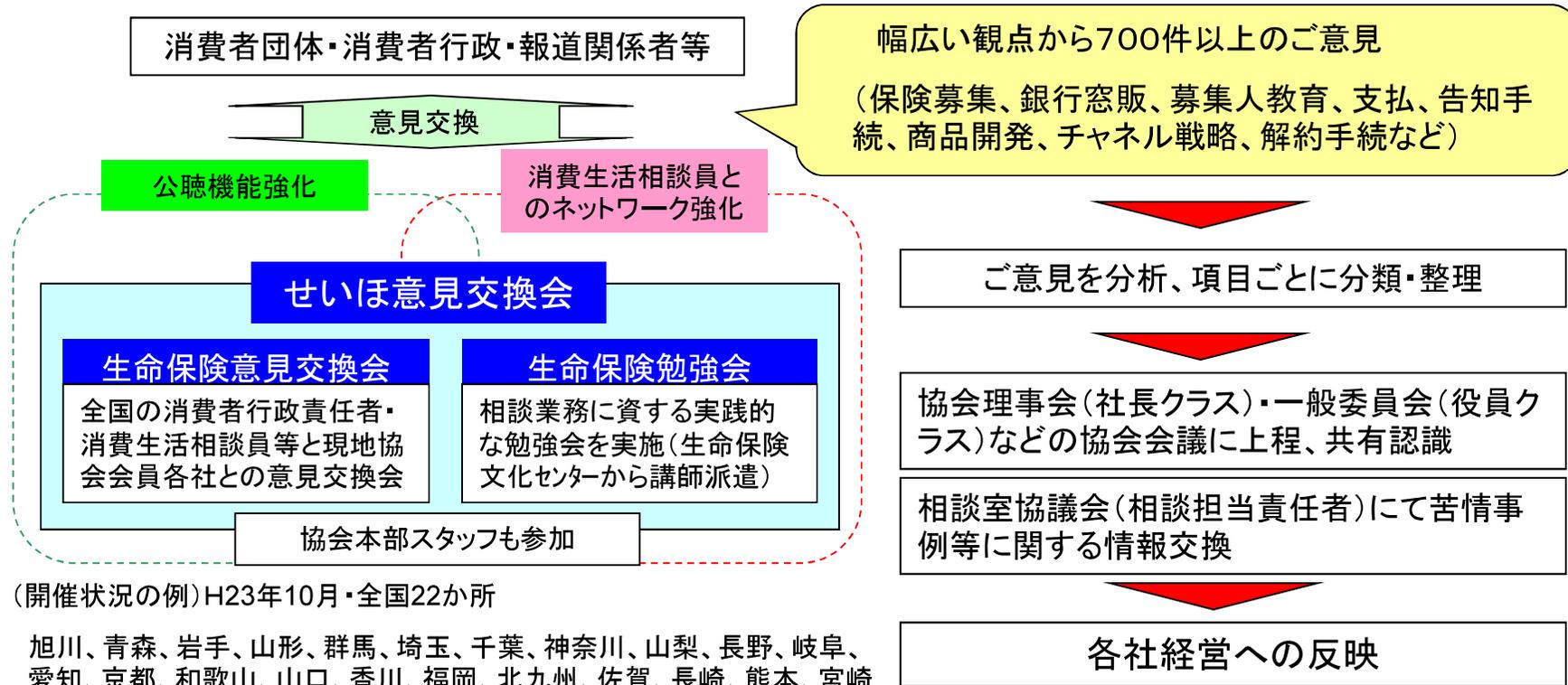
- 今後も、各社は不断の改善の取組みを継続し、生命保険協会は各社のPDCAサイクルを後押し(下図ご参照)
- さらに、多様化する顧客ニーズに対応するには、各社の経営上の創意工夫も必要
- また、近年、顧客ニーズを捉えた新たなビジネスモデル(IT技術の活用、多数の保険会社による乗り合い等)が進展していることも踏まえ、当該ビジネスモデルの健全な発展に資する環境整備について検討することも考えられる

【ご参考】



## 10. <参考資料①> 生命保険協会の消費者の声を吸い上げるための対応(せいほ意見交換会)

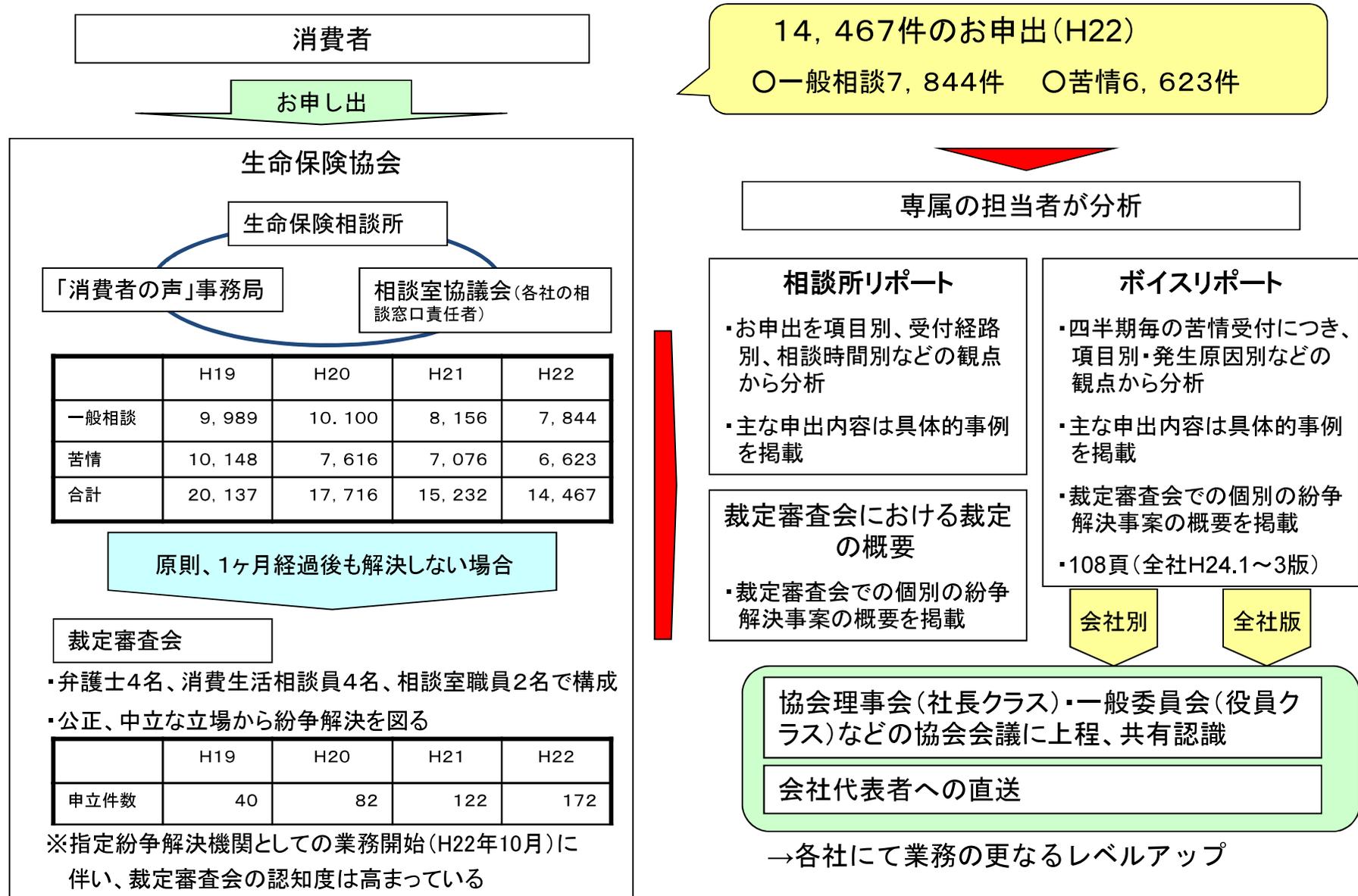
- ・全国各地で、消費者団体や報道関係者等と114回の意見交換会を開催(H23年度)
- ・消費者意見の吸い上げ、相談員に対する支援、相談員を通じた消費者に対する啓発を実施



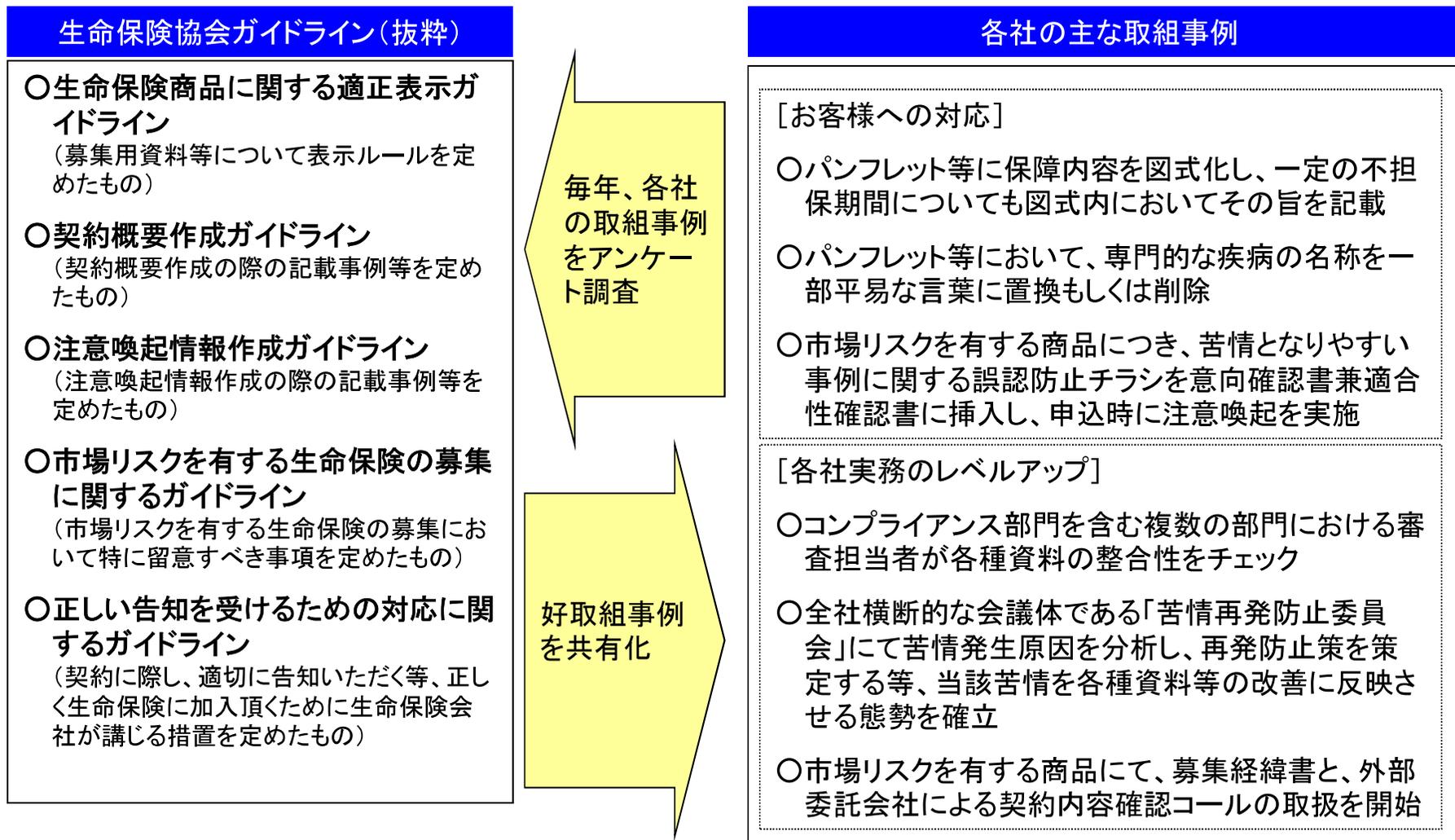
### ○継続教育制度標準カリキュラムの改訂

- ・意見交換会でのご意見を受け、テキストの見直し、確認テストの充実等の対応を実施  
(例)銀行窓販に係る非公開情報保護措置、誤認防止等の具体的事例をテキストに追加

## 10. <参考資料②> 生命保険協会への相談・苦情・紛争解決に係る対応

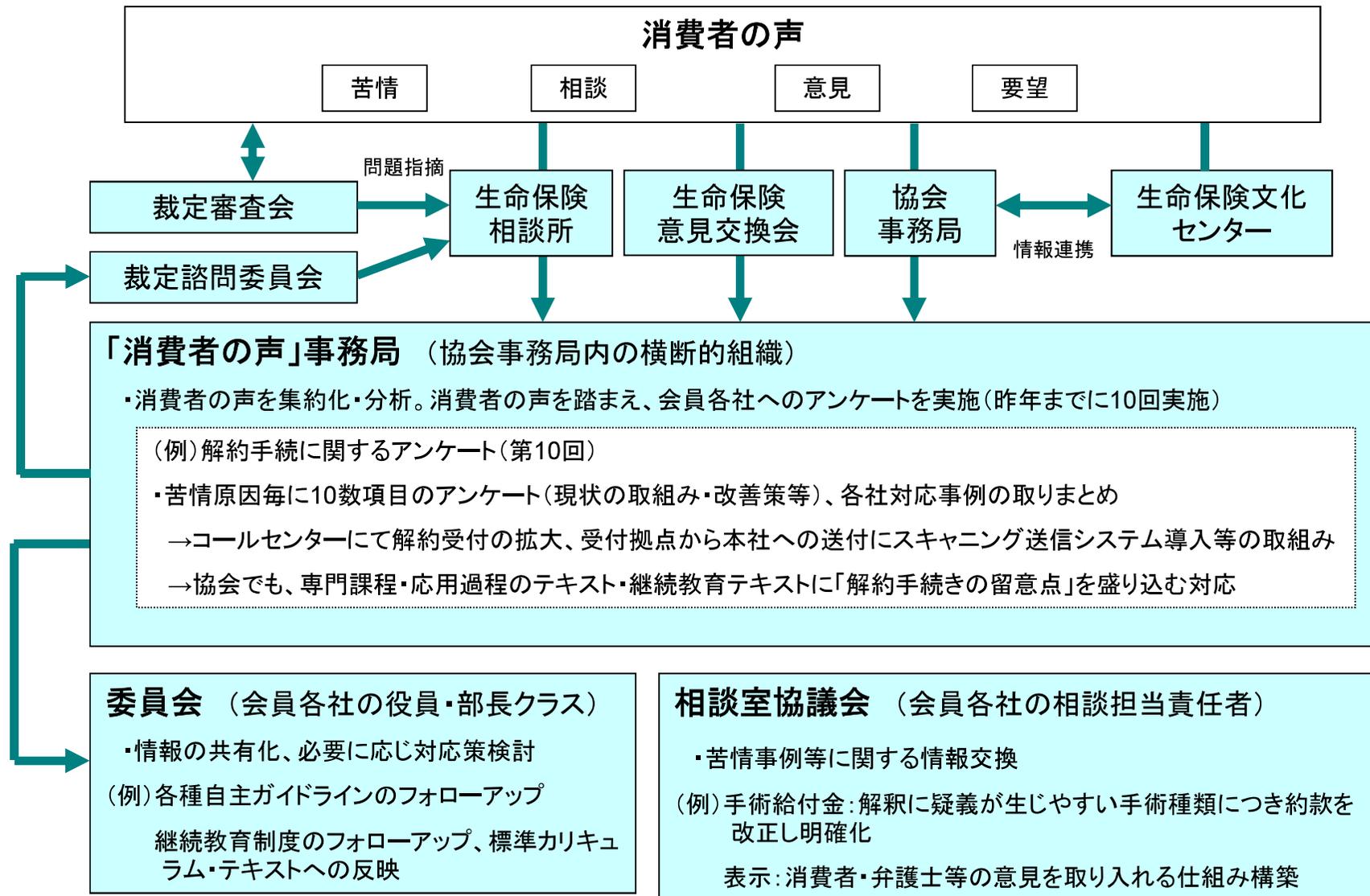


## 10. <参考資料③-1> 生命保険協会の消費者の声を各社の経営に活かすための対応



※第6回アンケート結果より抜粋

## 10. <参考資料③-2> 生命保険協会の消費者の声を各社の経営に活かすための対応(まとめ)



## 11. <参考資料> 東日本大震災における生命保険業界の主な取組み

### 震災直後の対応

- 震災発生後、即座に生命保険協会に大地震対策本部(本部長:協会長)を設置し、必要な対策を迅速に意思決定
- 被災地への生活支援のため、生命保険協会・生命保険会社が金銭的・物的・人的支援を実施

### お客様の安否確認活動

- 自らも被災者である営業職員が、一件一件お客様のご自宅や避難所を訪問し、安否確認や必要なお手続きのご案内を実施
- 本社部門からもスタッフを派遣。声をかけていただきやすいよう目立つジャンパーを着用して活動
- 全社の安否確認活動状況についてアンケートを実施。好取組み事例を全社で共有化し、取組みレベルを向上
- 直接訪問のほか、アウトバウンドコール、ダイレクトメールの発信、新聞広告、ラジオCM、インターネット広告、避難所等へのポスター掲示、自治体広報誌への広告等のあらゆる手法を用いて複線的な活動を実施

### 照会・お手続きへの対応

- 多くの被災された方が避難所での生活を余儀なくされている状況等を踏まえ、あらゆる手段を活用し、被災地の状況に配慮した相談受付体制を整備(避難所での出張相談窓口の設置・コールセンター土休日対応の実施等)
- お客様が行方不明またはお亡くなりになり、かつ、家屋等の流出・焼失により生命保険に関する手掛かりを失った方のために、生命保険協会に加盟する全ての生命保険会社にご契約の有無を調査する「災害地域生保契約照会制度」を発足(平成23年4月1日)

### 保険金等の確実なお支払いの取組み

- 亡くなられた方の情報(警察公表情報、会員会社把握情報、災害地域生保契約照会センター把握情報)を業界共通のデータベースで共有化することにより、確実に保険金等をお支払いするためのネットワークを構築
- 保険金のお支払い等に万全を期すべく、保険会社からの戸籍・住民票の開示請求や、行方不明の方を死亡として取り扱う場合の手続きの簡素化・迅速化等を行政に要望し、実現
- 震災孤児の方等に対し保険金等を適切にお支払いするため、地方弁護士会、自治体との情報連携ネットワーク(未成年者生保支援ネットワーク)を構築(未成年後見人選定にあたり弁護士会等を紹介)