

基礎研 レポート

生命保険における電子取引手段 活用の方向性

インターネットを通じた保険販売を行う会社の分析から

保険研究部 上席研究員 小林 雅史

(03)3512-1776 masashik@nli-research.co.jp

1—はじめに

インターネットを通じた保険販売については、2008年4月にSBIアクサ生命（現在のアクサダイレクト生命）が、2008年5月にライフネット生命が開始し、2014年6月現在、生保会社43社中、8社が実施している。

2013年度新契約件数は、アクサダイレクト生命が8,636件（対前年▲37.6%）、ライフネット生命が46,237件（対前年▲23.8%）と、設立当初に比べ販売実績に陰りがみられ、「保険料が安ければお客さまに申し込んでいただける、という状況ではない」¹と総括されているが、顧客にとっては、従来の営業職員や代理店を通じた保険加入などに加え、加入方法の選択肢が拡大したという意義もあるものと考えられる。

インターネットを通じた保険販売は、新契約締結時に、顧客自身が加入保険種類の選択、保険金額や給付金額の設定、保険料の確認などの保険の設計を経て、保険の申込・告知を行うもので、本人確認書類の返送などを除き、インターネットのみで申込手続きが完結する。

契約締結後の諸取引についての各社の取扱いは区々であるが、インターネットのみで手続きは完結しない。保険金・給付金の請求手続きについては、一部例外を除き、全社でコールセンターのオペレーターの電話による有人対応（コンサルティング対応）が行われている状況にある。

すなわち、新契約締結時には電子取引手段を活用した無人対応（インターネット対応）、保険金・給付金支払い時には有人対応（コンサルティング対応）が行われている。

一方、営業職員や代理店を通じた対面保険販売を行う会社においても、有人対応を行う中で、電子取引手段活用による利便性・迅速性のさらなる向上が図られている。

たとえば、新契約締結場面において、コンサルティングを前提に、書面の電子化・ペーパーレス化（これまでの申込書面での自署・押印に代わる、営業職員携帯端末での「電子署名」による申込手続

¹ 「2013年度（2014年3月期）決算説明会 質疑応答」（2014年5月16日）、ライフネット生命ホームページ。

き)が進んでいる。

このように、生命保険における電子取引手段活用は、大きく分けて、①インターネットを活用した無人対応、②書面の電子化・ペーパーレス化という2つの場面で行われている。

本稿では、電子取引の「消費者保護の推進に向けた法整備」および「取引の円滑化に向けた基盤作りとしての法整備」の進捗状況と、インターネット販売会社での新契約締結時の顧客対応および契約締結後の諸取引の分析を通じ、生命保険における電子取引手段活用の方向性（私見）を示したい。

2—電子取引に関する法整備の進捗

1 | インターネット取引の普及・拡大

インターネットの利用者数は、1999年に1155万人（全人口に対する普及率9.2%）であったものが、1年間で約500万人も増加し、2000年には1694万人（同13.4%）となった[2012年には9652万人（同79.5%）に達している]。また、インターネットの利用目的としては、2012年の調査で、「電子メールの受発信」（63.2%）、「ホームページ・ブログの閲覧」（62.6%）に次いで、「商品・サービスの購入・取引」（56.9%）が3番目となっており、インターネット取引の急速な普及ぶりがうかがえる²。

一方、インターネット取引拡大に伴い、商品が届かないなどさまざまなトラブルも発生、国民生活センターへのインターネット通販相談件数が急増した[インターネット関連の苦情が初めて寄せられた1995年：63件、2009年：131,653件（苦情全体の14.6%）、2013年：200,283件（同21.7%）]³。

こうした中で、「消費者保護の推進に向けた法整備」と「取引の円滑化に向けた基盤作りとしての法整備」が行われた。

2 | 消費者保護の推進に向けた法整備

(1) 民法の一般原則の修正（2001年12月）

無人対応となるインターネット取引の拡大とそれを巡るトラブル急増の中で、国民生活センターは2000年10月26日、「インターネット消費者トラブルの現状と改善策—インターネット消費者契約を中心として—」を公表、インターネット取引の安全性確保のため、重要な事項の明確化や平易な伝達などに加え、民法の一般原則の変更（承諾通知を「発信主義」から「通知主義」へ）を提言した⁴。

こうした提言などにより、消費者保護を図る観点から、「消費者の操作ミスによる錯誤」と「隔地者間の契約の成立時期」について民法の一般原則を修正する「電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律」（電子契約法）が2001年6月29日公布、2001年12月25日施行された⁵。

消費者の操作ミスによる錯誤については、民法第95条に「意思表示は、法律行為の要素に錯誤があ

² 総務省編『平成25年度版 情報通信白書』（2013年7月）、総務省ホームページ。

³ 「インターネット消費者トラブルの現状と改善策—インターネット消費者契約を中心として—」（2000年10月）、「インターネット通販」（2014年5月）、国民生活センターホームページ。

⁴ 「インターネット消費者トラブルの現状と改善策—インターネット消費者契約を中心として—」前掲。

⁵ 保護の対象となる「電子消費者契約」は、「消費者と事業者との間で電磁的方法により電子計算機の映像面を介して締結される契約であって、事業者又はその委託を受けた者が当該映像面に表示する手続に従って消費者がその使用する電子計算機を用いて送信することによってその申込み又はその承諾の意思表示を行うもの」と定義されている。また、「電磁的方法」については、「電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法」と定義されている。

ったときは、無効とする。ただし、表意者に重大な過失があったときは、表意者は、自らその無効を主張することができない」と規定されているため、消費者がインターネット上である商品を1個注文するつもりで、11個と入力ミスした場合でも、事業主側が「消費者側に重大な過失があった」として契約を無効とさせないというトラブル発生の懸念があった。この点について、電子契約法第3条により、事業者が申込画面の後に確認画面を設けていた場合や、確認措置が不要であると消費者が選択した場合を除き、消費者に重大な過失があっても契約を無効とすることができるようにされた。

また、隔地者間の契約の成立時期については、民法第567条第1項で「隔地者間の契約は、承諾の通知を発した時に成立する」と発信主義が採られているため、事業者側の承諾の通知が途中で紛失しても契約は成立する（消費者がリスクを負う）が、電子契約法第4条により、電子承諾通知を発する場合については民法第567条第1項を適用せず、承諾の通知が到達したときに成立するものとされた⁶。

（2）電子商取引及び情報財取引等に関する準則の策定(2002年3月)

経済産業省は、2002年3月、電子商取引、情報財取引等に関するさまざまな法的問題点について、広く学識経験者、総務省・法務省・消費者庁などの関係省庁、消費者、経済界などの協力を得て、現行法の解釈について一つの考え方を呈示した「電子商取引等に関する準則」を策定し、現在では事業者のビジネス展開や消費者相談の現場の双方で活用されている（2007年3月「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」に変更⁷）。

同準則においては、「サイト利用規約が契約に組み入れられるための要件」として、「ウェブサイトの利用に際して、利用規約への同意クリックが要求されており、かつ利用者がいつでも容易にサイト利用規約を閲覧できるようにウェブサイトが構築されていること」などが示されている⁸。

3 | 取引の円滑化に向けた基盤作りとしての法整備

（1）電子署名法の施行（2001年4月）

無人対応となるインターネット取引についての消費者保護の推進に向けた法整備のほか、書面の電子化・ペーパーレス化など、取引の円滑化に向けた基盤作りとしての法整備も行われている。

署名や押印に代わる本人による電子署名が、同等の法的効力を持つことなどを定めた「電子署名及び認証業務に関する法律」（電子署名法）が2000年5月31日公布、2001年4月1日に施行された。

電子署名法においては、「電磁的記録」⁹であって情報を表すために作成されたものは、当該電磁的

⁶ 経済産業省商務情報政策局情報経済課「電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律逐条解説」（2001年12月）、同課「電子契約法について～電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律～の施行に当たって」（2001年）、経済産業省ホームページ、山本豊「電子契約の法的諸問題－消費者契約を中心に」『ジュリスト』No.1215（2002年1月）。

⁷ 『電子商取引及び情報財取引等に関する準則』について（2013年9月）、経済産業省ホームページ。

⁸ 経済産業省『電子商取引及び情報財取引等に関する準則』（2013年9月）i.22～i.23ページ。逆に、「サイト利用規約が契約に組み入れられないであろう場合」として、「ウェブサイト中の目立たない場所にサイト利用規約が掲載されているだけで、ウェブサイトの利用につきサイト利用規約への同意クリックも要求されていない場合」が示されている。なお、2012年11月改訂前の準則では、「ウェブサイト上で取引を行う際に必ずサイト利用規約が明瞭に表示され、かつ取引実行の条件としてサイト利用規約への同意クリックが必要とされている場合」とされていた。

⁹ 「電磁的記録」とは、電子的方式、磁気的方式その他の知覚によっては認識することができない方式で作られる記録であって、電子計算機による情報処理の用に供されるもの。

記録に記録された情報について本人による「電子署名」¹⁰が行われているときは、真正に成立したものの（本人の意思に基づき作成されたもの）と推定するなどの対応が行われた¹¹。

（２）IT書面一括法の施行（2001年4月）

2000年4月に発足した「規制改革会議」や2000年7月に発足した「IT戦略会議」などにおいて、「電子商取引促進のための規制改革等諸制度の総点検と早急な見直し」が提言されたことを受け、「書面の交付等に関する情報通信の技術の利用のための関係法律の整備に関する法律」（IT書面一括法）が2000年11月27日公布され、2001年4月1日に施行された。

IT書面一括法は、書面の交付や書面による手続を義務付けている規制が電子商取引等の阻害要因になっているとの指摘を踏まえ、保険業法も含む50の法律について、従来の書面による手続に加え、顧客の承諾を前提に、「電磁的記録」（電子的方式、磁気的方式その他の知覚によっては認識することができない方式で作られる記録で、電子計算機で情報処理されるもの）による交付をも容認した。

保険業法では、第296条の保険仲立人の氏名等の明示書面の交付義務、第309条の保険契約の申込みの撤回（クーリング・オフ）に関する事項を記載した書面交付義務が対象となり、顧客の同意を得た場合は、書面の交付に代えて、「電磁的記録」による交付が可能となった¹²。

4 | 保険業に関する法律などの整備（2001年7月～）

商取引一般に対する電子取引についての法整備の進捗と平仄をあわせ、保険業についても法律などの整備が行われている。

「規制改革推進3か年計画」（2001年3月策定）で、「平成13年中に、インターネットによる保険販売の方法に係る内閣総理大臣の認可基準を明確化する」とされたことを受け、2001年7月、保険業法施行規則などに、当時実現していなかったインターネット保険販売の認可基準などが定められた。

具体的には、保険会社の事業方法書・約款などの審査基準を定める保険業法施行規則第11条に、「インターネットによる保険販売についての審査基準」（保険契約者等の本人確認、被保険者の身体の状況の確認、契約内容の説明、情報管理その他必要な事項について保険契約者等の保護および業務的確な運営が確保されるための適切な措置が講じられていること）が新設された（2001年7月施行）¹³。

さらに「保険会社向けの総合的な監督指針」では、「インターネットによる商品販売の取扱い」として、申込者の確実な本人確認や、取得情報の漏洩の防止などのほか、「確実な方法で契約の申込みその他の契約関係の手続の内容、契約内容及び重要事項を確認し、かつ、保存できるようにするための措置が講じられているか」として、申込者による契約内容などの確認・保存措置が求められている。

¹⁰ 「電子署名」とは、電磁的記録に記録することができる情報について行われる措置で、その情報が措置を行った者の作成に係るものであることを示すためのものであり、かつ、その情報について改変が行われていないかどうかを確認することができるものであるという要件のいずれにも該当するもの。

¹¹ 「電子署名法の概要と認定制度について」法務省ホームページ、「電子署名及び認証業務に関する法律の施行状況に係る研究会報告書」（2008年3月）経済産業省ホームページ、高島浩一「米国連邦電子署名法と保険業界の評価」『ニッセイ基礎研 REPORT』2000年11月号。

¹² 内閣内政審議室IT担当室、通商産業省「書面の交付等に関する情報通信の技術の利用のための関係法律の整備に関する法律案について」（2000年12月）、国立国会図書館ホームページ、山本豊「電子契約の法的諸問題－消費者契約を中心に」前掲。

¹³ 『「保険業法施行規則の一部を改正する内閣府令」（案）の概要の公表について」（2001年5月）、「保険業法施行規則の一部を改正する内閣府令案に対するパブリック・コメントの結果について」（2001年7月）、金融庁ホームページ。

同指針では、保険契約の重要な事項のうち、「契約概要」（商品の仕組み、保障の内容、保険期間、保険金額、保険料、配当金・解約返戻金の有無など）と「注意喚起情報」（クーリング・オフ、告知義務等の内容、主な免責事由、保険料の払込猶予期間など）を、分類して告げることが求められている。

生命保険協会が生保会社の実務取扱などの参考として作成した「ガイドライン」では、「契約概要」・「注意喚起情報」について、記載情報の重要性に鑑み書面での交付を原則とするが、インターネットや電話など書面による契約締結を行わない販売形態においては、消費者が明確に「契約概要」や「注意喚起情報」を確認できる措置を講じ、また書面で保存できる状態にすることが求められている。

一方、保険業法施行規則第 53 条第 1 項第 3 号においては、保険料の計算に際して予定解約率を用い、かつ解約返戻金を支払わない保険契約などの保険募集に際しては、保険契約者に対し、保険契約の解約による返戻金がないことを記載した書面の交付が求められており、こうした商品については、インターネットによる販売の場合も、当該書面の交付が必要となる（同規則第 53 条第 2 項で、保険契約者の承諾を得て、書面に記載すべき事項を電磁的方法により提供することができるとされているが、第 1 項第 3 号などは対象外となっている。前述の生命保険協会によるガイドラインにおいても、書面の交付に代えて電磁的方法による提供を行う場合でも、こうしたケースについては、別途書面の交付により説明を行うことが必要との記載がある）¹⁴。

3—インターネット販売生保8社の取扱い

1 | 生保業界でのインターネット販売の状況

2008 年 4 月に SBI アクサ生命（現在のアクサダイレクト生命）¹⁵が、2008 年 5 月にライフネット生命¹⁶が、インターネット販売専業会社として営業を開始した。この間の経緯は表 1 のとおりで、現在 8 社がインターネット販売を行っている。

この 8 社のホームページで確認すると、取扱保険種類としては医療保険や定期保険が多く、特約も含めると 8 社全社が医療保障を提供し、7 社が定期保険を提供している。インターネット販売は、

- ・インターネットでの顧客自身による加入保険種類の選択、設計
- ・インターネットでの申込・告知
- ・保険会社による審査
- ・必要書類（本人確認書類、予定解約率を用いた解約返戻金がない商品の確認書など）の郵送
- ・契約成立、保険証券の送付

といった流れはほぼ共通しており、会社からの承諾の通知などはメールで行われるケースが多い。

さらに、インターネット販売については、その特性上、各社とも、パソコンやメールアドレス、保

¹⁴ 「契約締結前交付書面作成ガイドライン」（2014 年 4 月）、生命保険協会ホームページ。

¹⁵ 『SBI アクサ生命のネット完結型医療保険「カチッと医療について」』、『SBI アクサ生命のネット完結型定期保険「カチッと定期について」』、2008 年 5 月、アクサダイレクト生命ホームページ、「SBI アクサ、インターネット専業で営業開始」『インシュアランス』第 4277 号、2008 年 5 月。

¹⁶ 「インターネットを主な販売チャネルとした新しい生命保険会社、ライフネット生命が 5 月 18 日(日)、営業を開始します」、2008 年 5 月、ライフネット生命ホームページ、「ライフネット生命、ネットチャネル販売で営業開始」『インシュアランス』第 4281 号、2008 年 6 月。

険料払込のための所定のクレジットカードまたは銀行口座を有していること、保険契約者と被保険者が同一人であること、成人年齢である20歳以上であることなどの要件を課している。

保険料払込方法には、クレジットカード扱と銀行口座扱があり（3社はクレジットカード扱のみ）、営業職員や代理店による保険販売の場合、従来、保障開始は申込・告知と保険料の払込の後となっていたが、一部例外を除き各社とも、インターネットでの申込・告知が完了した日から保障が開始する¹⁷。

（表1）インターネットによる保険販売に関する年表

年 月	取扱生保会社	備 考
2008年4月	SBI アクサ生命	・現在のアクサダイレクト生命 ・インターネット販売専業会社として創業したが、2008年6月から代理店チャンネルでの販売を開始
2008年5月	ライフネット生命	・インターネット販売専業会社として創業したが、2012年10月から代理店チャンネルでの販売を開始
2011年5月	オリックス生命	
2011年9月	アイリオ生命	・現在の楽天生命
2011年12月	メットライフアリコ	・2003年10月日本初の「インターネットによる医療保険申込み完結サービス」（電子署名機能搭載）を開始したが、その後取扱いを停止していた模様
2012年9月	損保ジャパン・ディー・アイ・ワイ生命	
2012年11月	富士生命	・現在のAIG富士生命
2013年9月	チューリヒ生命	

※各社プレス発表資料、『インシュアランス』などにより筆者作成。

2 | 新契約締結時のネット完結と書面の電子化

新契約締結時の顧客との約定面から見た取扱いは表2のとおりであり、本人確認書類の返送などを除き、インターネットのみで申込手続きが完結する。

また、「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」に示されている「申込画面での約款などの表示と同意クリック欄の設定」は8社全社で実施しており、申込に当たり、氏名・生年月日・住所などの個人情報登録が必要となる中で、登録前の段階で約款などを開示している会社が6社ある。

営業職員や代理店を通じた保険加入の場合、契約締結前に顧客に書面で交付される「契約概要」、「注意喚起情報」、「ご契約のしおり・約款」などは、8社全社で、書面による交付ではなく、インターネットを通じて、顧客による約款などのダウンロードと保存というかたちで実施している。

さらに、顧客対応の充実を図るために、新契約締結時の顧客による約款のダウンロードと保存に加

¹⁷ 保険料の払込を要件とせず、申込・告知のみで保障を開始する取扱いについては、インターネット販売以外ですでに2006年8月、ソニー生命が「責任開始期に関する特約」により開始していた（「初回Pの払込前に保障を開始 ソニー、業界初の契約手続き取扱い」『インシュアランス』第4196号、2006年8月）。現在では日本生命なども実施している。

えて会社ホームページに顧客専用ページを設け、その顧客専用ページで約款などを開示している会社が4社ある。

(表2) 新契約締結時の取扱い

	申込画面での約款などの表示と同意クリック欄の設定	個人情報登録前の約款などの開示	顧客による約款などのダウンロードと保存	顧客専用ページでの約款などの開示
アクサダイレクト生命	○	○	○	○
ライフネット生命	○	○	○	?
オリックス生命	○	○	○	○
楽天生命	○	○	○	○
メットライフアリコ生命	○	—	○	?
損保ジャパン・ディー・アイ・ワイ生命	○	○	○	?
AIG 富士生命	○	○	○	○
チューリヒ生命	○	—	○	?

※「○」は「取扱いあり」、「—」は「取扱いなし」、「?」は「取扱いの有無が確認できなかったもの」。各社ホームページでの記載内容などにより筆者作成。

3 | 契約締結後の諸取引の有人対応 (コンサルティング対応)

契約締結後の顧客との諸取引の取扱いは表3のとおりであり、保険金・給付金の請求については8社全社で、インターネットによる請求はできず、顧客からコールセンターのオペレーターに対する電話での請求、オペレーターによる医師による診断書など必要書類の案内、請求書などの郵送、顧客からの返送という手続きとなっている(一部の会社は、入院給付金など一定の給付について、電話での請求に加え、インターネットにおける請求書類ダウンロード・記入後の郵送手続きを実施)。

その他の取引について、インターネットで取引が完結する範囲は各社区々となっており、たとえば解約・減額はインターネット専業2社を除き、電話による手続きとなっている。

1社は全取引を電話による手続きとし、2014年6月から業界初の24時間有人電話対応を実施した。

(表3) 契約締結後の顧客との諸取引

	契約 内容 照会	住所 変更	氏名 変更	受取 人変 更	支払 方法 変更	契約 者貸 付	解約	減額	証券 再発 行	復活	保険 金等 請求
アクサダイレク ト生命	○	○	△	○	○	—	○	○	×	×	×
ライフネット生 命	○	○	△	○	△	—	○	○	○	—	×、 △
オリックス生命	○	○	△	△	△	—	×	×	△	△	×
楽天生命	×	×	×	×	×	—	×	×	×	×	×
メットライフア リコ生命	○	○	△	△	△	○	×	×	×	×	×
損保ジャパン・デ ィーアイ・ワイ生命	○	○	×	×	△	—	×	×	×	×	×
AIG 富士生命	○	△	△	×	×	×	×	×	×	×	×
チューリヒ生命	○	○	×	×	×	—	×	×	×	×	×

※「○」は「インターネットで取引が完結する」（電話による手続きも可能な場合を含む）、「△」は「インターネットで書類請求（または顧客自身による書類ダウンロード）後、郵送手続」または「インターネットによる手続きのほか、別途必要書類提出が必要」（電話による手続きも可能な場合を含む）、「×」は「インターネットでは取引できず、コールセンターへの電話による手続」、「—」は「制度なし」。各社ホームページでの記載内容などにより筆者作成。

4— おわりに—今後の対応の方向性(私見)—

上述のとおり、インターネット専業会社においても、インターネットのみですべての保険取引が完結するわけではない。

すなわち、新契約締結時には、本人確認書類の郵送などを除き、インターネットのみで申込手続きが完結するケースがほとんどであるが、保険加入の究極の目的である保険金・給付金の請求手続きについては、一部例外を除き、コールセンターのオペレーターの電話による有人対応（コンサルティング対応）がメインとなっている。

これは、無人対応（インターネットなどでの対応）と有人対応（コンサルティング対応）の使い分け

として、示唆に富む事例であるものと考えられる。

有人対応（コンサルティング対応）が必要となるケースについては、たとえば契約者本人が死亡したケースがあげられる。契約者とは別人である死亡保険金受取人が保険契約の内容に応じて単独でインターネットで保険金を請求するのはほぼ不可能で、専門家によるコンサルティング対応が不可欠となるものと考えられ、全社が有人対応としている。

また、契約者本人が生存中に受け取る入院給付金や手術給付金などの請求については、裏付けとなる医師による診断書などの取得が必要となる。現状では、この診断書などと請求書の郵送による手続きを要し、インターネットで手続きは完結していない。

金融取引全般の電子化が加速する現状を踏まえ、筆者としては、インターネットによる販売を行っている会社に加え、営業職員や代理店による保険販売を行っている会社も含めた、生保業界全体としてのインターネット取引などの電子取引およびペーパーレスの推進に向け、つぎの2点を提言したい。

第一は、保険加入時の取組みについてである。

インターネット販売会社においては、契約締結前に顧客に書面で交付されてきた「契約概要」、「注意喚起情報」、「ご契約のしおり・約款」などについて、インターネットを通じて、顧客による約款などのダウンロードと保存というかたちでペーパーレスを実現している。

こうした取組みは営業職員や代理店による保険販売を行っている会社においても可能であり、一部の会社では、「書面で交付してきた約款などのCD-ROM化」などを実施している。

さらに、書面で行われてきて申込や告知についても、その電子取引化に向けて、一部の会社で見直す動きがある。

営業職員や代理店による保険販売を行っている会社においては、そのコンサルティングに際し、従来、営業職員用「携帯端末」開発による顧客サービスの高度化を志向してきた。

最近、この営業職員用「携帯端末」を活用し、対面販売を前提に「申込書・告知書の電子化」（電子署名を活用した、自署・押印を不要とするペーパーレス化）を実現した会社がある。

生保会社は、顧客の利便性強化や、紙資源保護などの観点から、新契約締結時に顧客に交付したり、受領したりしている書面の電子化などを通じて、さらなるペーパーレス化を推進する必要があるのではないかと。

また、各社のホームページにおいては、保険契約者自身の「マイページ」を設定するケースがあるが、一歩進んで、こうしたマイページにおいて、個々の契約者の保障内容に応じた「ご契約のしおり・約款」などを開示することが考えられる。これは、現在実施されている汎用的な全約款の全文開示ではなく、加入している保障内容などに応じて、当該保険契約者に対し、必要な箇所のみを開示を行う、いわば「マイ約款」の創設・提供といえるものである。

第二は、保険加入後の取組みについてである。

実は、インターネット普及前の早い段階（1990年ごろ）から、生保各社は顧客の利便性拡充の観点から、保険加入後の取引（契約者貸付など）について、自動音声による電話取引や、カード発行によるATMでの取引など無人対応を推進してきた。こうした取組みに加え、インターネットでの保険加入後の取引も含め、新たな形で電子取引を推進する必要があるのではないかと。

もっとも重要な保険加入後の取引である「保険金請求」についても、新契約場面と同様、営業職員

用「携帯端末」を活用し、対面コンサルティングを前提に「請求書の電子化」を実現した会社もある。

個々の生保各社のコンサルティング機能に対する考え方などに応じ、対面取引、電話取引、インターネット取引などを区分・整理して、電子取引をさらに深化させる必要があるだろう。

たとえば、生保会社は従来、毎年紙ベースによる顧客への「契約内容のお知らせ」を郵送してきているが、紙資源保護などの観点から、こうした紙ベースでの郵送を望まない顧客については、「マイページ」での「契約内容照会」機能で代替することや、メールで送付することも考えられよう。

もちろん、こうした取組みの検討の際には、顧客保護の観点から、最新の技術を駆使した取引の安全性確保と、顧客のわかりやすさ追求が必須条件となることは論を俟たない。

一層の顧客利便性強化に向け、生保会社による電子取引の推進を期待したい。