

新日本保険新聞

生保版

第1〜4月曜日発行
発行所 新日本保険新聞社
大阪府西区南船場1丁目5-15
(郵便番号550-0004)
電話 (06) 6225-0550 (代表)
FAX (06) 6225-0551 (専用)
購読料 1か月2420円
(消費税、送料込み)
©新日本保険新聞社 2022

シンニシ保険Web
www.shinnihon-ins.co.jp
購読者専用バックナンバー
閲覧パスワード
nombre
2022年12月5日 現在まで
購読料の第一頁目録に必ずご記入ください

公的保険に関する情報提供に 注力する意義強調

中島金融庁長官が日本年金学会総会で講演



中島 長官

金融庁の中島長官は10月28日、日本年金学会総会で講演し、営業担当者や顧客の間で生じる情報の非対称性(知識や情報の差)によって顧客が被る不利益を解消するため、公的保険に関する情報提供の重要性を強調した。顧客に中立的なアドバイスを提供する主体としては、既存の各業態に加え、ファイナンシャルプランナー(FP)を挙げた。この日は一般社団法人公的保険アドバイザー協会の山中伸枝理事も登壇し、「保険販売現場における情報提供の実態と課題」をテーマに講演した。

ルール対応への可能性排除せず

■指針改正の意義を強調
中島長官は、公的保険の情報提供をモニタリングの着眼点として明示した。昨年末の監督指針改正に言及、「保険会社は、顧客に対して公的年金の受取資産額などの情報提供を適切に行うよう求め、顧客が公的保険制度等を踏まえた上で自らの抱えるリスクや保障の必要性を理解し、保険契約の締結がなされていることを監督上の着眼点とする」と説明した。

その上で、こうした取り組みが「公的保険制度をめぐめる情報の非対称性を減らす」と指摘した。アドバイスの提供主体の具体例としては「金融サービスの販売に携わる金融機関の担当者、他、投資助言代理業を営む業者、金融商品仲介業者、

■中立アドバイザーとしてのFP
また、顧客に対して中立的な助言を提供するアドバイザーの確保に言及し、「一般の国民が個々の金融商品の内容について正確に理解することは容易ではない」と説明。「顧客目線での金融商品やサービスを比較するにあたっては、情報の非対称性を解消する観点から顧客の側に立ったアドバイザーの役割が重要になる」と指摘した。

■保険代理店、金融サービスの仲介業者、FPなど
また、顧客に対して中立的な助言を提供するアドバイザーの確保に言及し、「一般の国民が個々の金融商品の内容について正確に理解することは容易ではない」と説明。「顧客目線での金融商品やサービスを比較するにあたっては、情報の非対称性を解消する観点から顧客の側に立ったアドバイザーの役割が重要になる」と指摘した。

売る側、買う側の情報の非対称性解消に言及

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

「富裕層に顧客が偏る」「アドバイスカンパニーが生かれない」「ビジネスとして成立するか」と、議論が図られた場合、

この取組では、全国の児童家庭支援センターや地域の社会福祉協議会・自治体等と連携し、子ども食堂・学習支援教室・児童養護施設・母子生活支援施設など支援を必要とする子どもの居場所や、障がい児・医療ケア児・里親家庭などを含む親子支援の活動団体などを通じて、子どもたちにプロの演奏家による音楽器体験の生演奏によるミニライブが届けられる。

同社の協賛によるライブは、12月末までに計30回の実施を計画しており、10月以降は、山形県・岩手県・宮城県・青森県・秋田県・山形県・茨城県・香川県・兵庫県・徳島県・岩手県でライブを開催した。また、100万人のクラシックライブが全国で展開するライブの実施先の一部で、同社の社員が植林活動を行っている高城原仙台中工の森の建築材材材を活用して手作りの楽器を、子どもたちに届ける。

メットライフ生命は、サステナビリティの重要課題の一つである「豊かな地域社会の創造に寄与する」生命は、一般財団法人100万人のクラシックライブが実施するための支援に取り組み、今年度の支援を「プロジェク」を通じて、体験の格差を減らす。未来を担う子どもたちの豊かな感受性を育むことを目指している。