

葬儀保険についての意見書

2025年（令和7年）4月4日

〒100-8967

東京都千代田区霞が関3丁目2番1号 中央合同庁舎第7号館

金融庁 監督局 保険課

損害保険・少額短期保険監督室 御 中

特定非営利活動法人ひょうご消費者ネット

理事長 鈴木 尉 久

〒650-0011

神戸市中央区下山手通5丁目7番11号

兵庫県母子会館2階C

TEL 078-361-7201 FAX 078-361-7205

URL : <https://hyogo-c-net.com>

意見の趣旨

当団体は、金融庁及び財務局（福岡財務支局及び沖縄総合事務局を含む）において、少額短期保険業者が販売する、葬儀保険と一般に呼ばれている定期死亡保険契約（以下「葬儀保険」という。）につき、その広告及び自動更新条項に関し、下記の点を遵守するよう、少額短期保険業者を適切に指導監督することを求める。

記

1 広告について

葬儀保険の広告において、

(1) 以下の点を、高齢者でも容易に理解することができるように、明瞭に表示すること。

ア 当該保険が1年毎に契約期間が満了する保険料掛け捨ての保険であること。

イ 加入上限年齢及び更新上限年齢までの、年齢帯ごとの保険料及び保険金額

(2) 以下のような表示をしないこと。

ア 「手ごろな保険料」、「ムリなく備える」、「家計にやさしい保険料」等の保険料が低廉であるかのような表示

イ 比較的若年の場合における保険料及び保険金額と高齢となった場合における保険料及び保険金額を同程度の強調をもって比較対照して表示することなく、前者ばかりを強調し、後者に対する注意を喚起しない表示

2 自動更新条項について

(1) 消費者との間で葬儀保険契約を締結するにあたって、自動更新条項を含む約款を用いないようにすること。

(2) 消費者自身又はその親族から、上記葬儀保険契約の更新時点における消費者の判断能力に疑義があった旨の申出があり、その疑義に相当の根拠があることが判明したときは、更新を無効とし、保険期間満了時以降に収受した保険料を返還する取扱いをすること。

意見の理由

1 当法人について

当法人は、兵庫県神戸市に事務所を置き、消費者の権利確立のために、消費者被害防止・救済のための調査・研究及び支援事業、各種消費者被害に関する情報の収集と一般消費者等に対する普及啓発事業等を行うことを目的とし、

2008年(平成20年)5月28日に内閣総理大臣から消費者契約法13条

に基づく適格消費者団体として認定を受けた団体である。

2 葬儀保険の問題点

葬儀保険については、低廉な保険料で葬儀代等の備えができるものとして広告がなされているが、一旦加入すると、毎年、拒絶をしない限り自動更新がなされることになり、保険金が一定の場合には高齢になるほど保険料の額が増大し、あるいは保険料が一定の場合には高齢になるほど保険金額が低くなっていく。

このため、比較的若いうちに、広告に表示されているような低廉な保険料に魅力を感じて葬儀保険に加入したものの、やがて年月が経つにつれて、自動更新のため加入継続の是非の選択を十分意識しないまま（場合によっては、加齢に伴い認知症となり、そもそも加入継続の是非を選択する判断能力を失ったまま）契約更新を重ねてしまい、低額な保険金額に見合わない高額な保険料負担をするに至る高齢者が少なからず生じている。

葬儀保険については、①対面販売における勧誘時の説明や広告の内容が、高齢となった場合の高額な保険料又は低額な保険金額を意識させず、比較的若年の場合の低廉な保険料とある程度まとまった金額の保険金額ばかりを強調している点、及び、②自動更新条項が約款上設けられている点で、問題がある。

このため、当法人は、一般社団法人日本少額短期保険協会（以下「協会」という。）に対し、会員たる少額短期保険業者に対し、上記各点の是正を指導するよう、申入れをした。当法人による申入れの内容及び協会からの回答については、当法人のウェブページ <https://www.hyogo-c-net.com/matterlist/>で公表されているとおりである。

なお、当法人は、このたび、日本少額短期保険協会から、加盟する各少額短期保険業者の葬儀保険商品パンフレット及び更新の意向確認に関する満期案内の提供を受け、これを分析・評価したので、その結果のとりまとめについても本意見書とともに送付する。

3 葬儀保険の広告の問題点

葬儀保険は高齢者を顧客層として予定している保険であるところ、高齢者に

については、①年齢とともに論理的、推論的な認知機能が低下して経験に依存した判断をしがちになり、②多くの選択肢への対応が難しくなり、わかりやすい情報とシンプルな選択肢を好む、③自分に都合のよい情報しか頭に残らない、④客観能力以上に自信過剰になる等の特徴があるとされる¹。しかし、葬儀保険の広告においては、高齢者を勧誘しているにもかかわらず、高齢者が陥りがちな認知バイアスを是正する格別の配慮は見られない。

むしろ、後期高齢期あたりから1年更新で保険料が上がっていく定期保険になじみのない高齢者に対し、「1年毎に契約期間が満了し、更新を続けていくと、将来保険料が急上昇する定期保険である。」という事実について十分な情報提供をせず、この点について意識させないような広告や勧誘説明がなされている。

したがって、意見の趣旨第1項のとおり、適切な広告規制が指導されるべきである。

4 葬儀保険における自動更新条項の問題点

葬儀保険において自動更新条項が用いられた場合、高齢者が、葬儀保険を最初に締結した後、加齢に伴い認知症に罹患することとなり²、判断能力を失っ

¹ 駒村康平慶應義塾大学教授「高齢化社会を認知機能を支えるという視点からデザインするー経済活動を中心にー」東京都保健医療局高齢者の特性を踏まえたサービス提供のあり方検討会令和2年10月20日開催第1回資料

https://www.hokeniryo.metro.tokyo.lg.jp/documents/d/hokeniryo/siryos5_4

² 令和6年版高齢社会白書によれば、我が国の総人口は、令和5年10月1日現在、1億2435万人であり、そのうち65歳以上人口は、3623万人（29.1%）、75歳以上人口は2008万人（16.1%）である。厚生労働省の研究班（二宮利治教授）による「認知症及び軽度認知障害の有病率調査並びに将来推計に関する研究」https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/ninchisho_kankeisha/dai2/siryos9.pdfでは、2022年の認知症及びMC I（軽度認知障害）の性年齢階級別有病率が今後も一定と仮定した場合、2050年のわが国の認知症者数は586.6万人（高齢者の15.1%）、M

たにもかかわらず、自動更新条項により、更新拒絶の是非の判断及び更新拒絶の意思表示をすることができないまま葬儀保険の継続を余儀なくされ、保険料の増額まで甘受しなければならない事態（以下「認知症更新事態」という。）が生じかねない。

そこで、当法人は、協会に対し、葬儀保険における自動更新条項は、①認知バイアスを利用したスラッジとしての機能を持つこと、②葬儀保険の主たる顧客層は高齢者であるところ、高齢者には認知機能の低下の蓋然性がつきまとうこと、また、認知機能の低下があれば一層認知バイアスの効果を受けやすくなること、③保険料増額といった契約の本質的部分の変更を消費者の主体的判断なしに行うことは、契約自由の原則に反すること、④契約期間1年を基本とする少額短期保険の制度と矛盾すること、といった観点から問題があるので（その極限的な表れが「認知症更新事態」である。）、認知バイアスも念頭におき、高齢者を主たる顧客層として予定する以上は加齢による認知機能の低下も考慮したうえで、契約内容に対する消費者の意思的関与をできる限り確保する制度設計への配慮を求めた。

ところが、協会は、葬儀保険における自動更新条項は、「うっかり更新忘れ」の防止策であり、申出更新と違い、自動更新であれば、消費者が保険期間満了時において、期間満了を意識していなかった等の原因で更新の申出を失念したときでも、保険契約は更新されるメリットがあると主張した。

さらに、協会は、認知症更新事態について、自動更新条項は、契約者が更新時に認知症に罹患していたとしても有効であり、このような自動更新条項に基づき更新された更新後の保険契約は直ちに無効であるとは言えないとの法

C I 者数は631.2万人（高齢者の16.2%）と推計されている。MC I（軽度認知障害）の高齢者も、認知症の発症はまだしていないものの、日常生活に影響を及ぼす程度にまでは至らないが経済取引に必要な認知機能を持たないと考えられ、後期高齢者といわれる75歳以上になると20%以上、85歳以上では80%以上がMC I または認知症であると推定されている（別表参照）。

的見解を示している。

しかし、認知症更新事態のもとでの自動更新条項による更新後の保険契約は、無効であると考えられる。契約の更新とは、既に期間の定めのある契約を締結している契約当事者が、当事者双方の合意によって、当該契約の期間満了時を始期とする当該契約と同一条件の契約を再度締結することを言い、契約更新が合意である以上は、自動更新の方式がとられている場合であっても、更新時に消費者の意思能力が失われていた場合には、約款上の自動更新条項が無効となるかどうかはともかくとして、保険契約の更新自体は無効であるからである。

特に、保険料増額がある場面での自動更新は、保険料といった契約の本質的要素が、消費者からの申込の意思表示もないのに更新前の契約に比べ消費者にとってより負担の多い契約内容に、明瞭な意思決定なしに変更を受ける結果となる点で、消費者の利益を一方向的に害することになりかねないものであり、消費者の積極的な契約締結の意思表示なしに自動更新の名目で保険料増額をすることは、見直されるべきである。

認知症更新事態のもとでも自動更新条項に依拠して葬儀保険の更新を有効として取り扱うことを協会が宣明し、しかもそのような極端に消費者利益を損なう取扱いをすることを秘匿したまま、協会の会員たる少額保険業者による葬儀保険の募集行為が行われている状態は、異常であり、直ちに是正される必要がある。

したがって、意見の趣旨第2項のとおり、自動更新条項について適切な指導監督がなされるべきである。

5 少額「短期」保険における「自動更新」の本質的矛盾について

そもそも少額短期保険が、「短期」の保険として登録のみで開業を許されているのは、消費者の日々短期間の需要に応じた適切な保険商品を供給するからであり、消費者に対し、短期の保険期間が終了するたびに、多数回にわたる保険商品選択の機会を付与することこそが、少額短期保険の存在理由である。

「自動更新条項」によって、實際上長期の契約期間を実現し、消費者の商品選

択（更新しないで契約を終了させるという選択を含む）への意思的関与を希薄化することは、少額短期保険の「短期」であるべき本質と矛盾している。

保険業法施行規則第227条の2第3項第13号においては、自動更新型の少額短期保険の募集時に、保険契約者に対し、保険期間の終了時に、保険料・保険金額等を見直す場合があることを記載した書面を交付し、説明を行うことが義務付けられているが、これは自動更新が短期であることを本来の姿とする少額短期保険としては例外であることから、核心的合意部分である保険料・保険金額等への消費者の意思的関与の希薄さが生じることをできるだけ予防する趣旨に基づくものと考えられる。その趣旨からすれば、認知症更新事態のもとでの自動更新は、核心的合意部分である保険料・保険金額等への消費者の意思的関与が皆無であるわけであるから、端的に禁止されていると見るべきものである。

6 まとめ

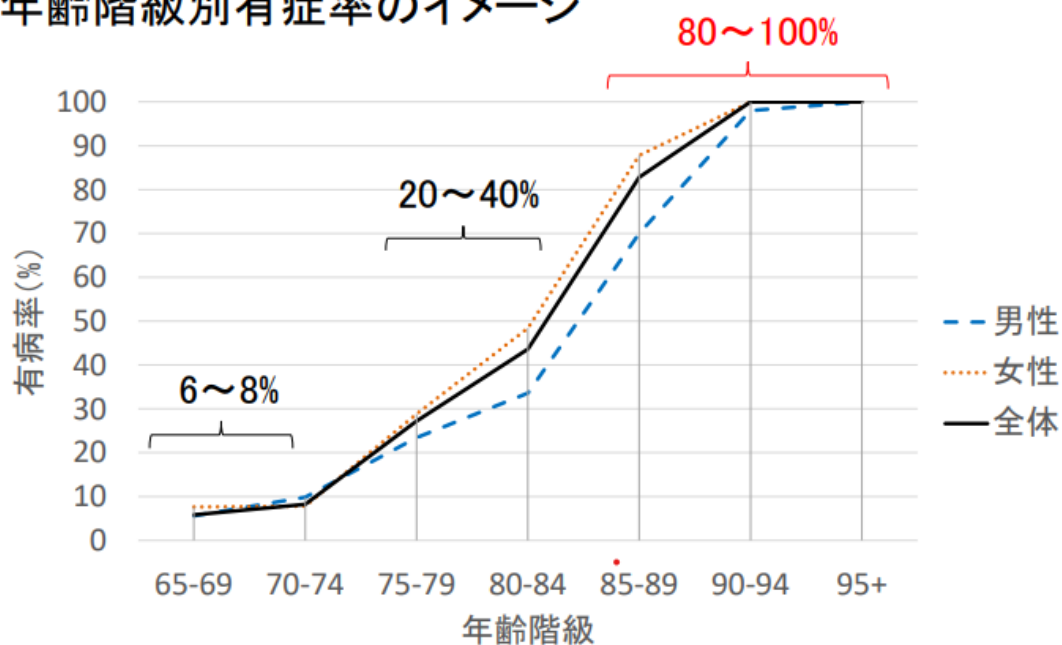
金融庁「2024年 保険モニタリングレポート」63頁では、少額短期保険業者の財務の健全性及び業務の適切性の確保について、「保険契約者等の保護の観点から、財務局と連携して、実効的な登録審査及びモニタリングを行い、各少額業者の財務の健全性及び業務の適切性を確保するための態勢整備を引き続き促していく必要がある。」と指摘されているところである。

葬儀保険については、上記のとおり、広告の問題及び自動更新条項の問題があり、これらについては、監督官庁である金融庁及び財務局（福岡財務支局及び沖縄総合事務局を含む）から少額短期保険業者に対し、しかるべき指導監督がなされるべきである。

以上

【別表】

高齢者におけるMCIまたは認知症の 年齢階級別有病率のイメージ



MCIの有症率が認知症の有症率とほぼ同等と見なして作成した。

2

※令和2年10月20日開催の東京都・高齢者の特性を踏まえたサービス提供のあり方検討会（第1回）第1回 [東京都福祉保健局 \(tokyo.lg.jp\)](http://tokyo.lg.jp)資料6より