

お客さまが安心・納得して生命保険に加入できる制度・ルールを確立するために

生保関連の産業政策

生命保険には、お客さまに安心・納得して加入いただくための制度やルールが各種設けられています。現在、金融・保険分野において「規制緩和」「自由化」が加速していますが、わたしたちは、お客さまとともに発展する生保産業であり続けるために、規制改革に取り組むべきルールと今後も堅持していくべきルールを整理し、ルール等の見直しにあたっては、「消費者保護」と「競争条件の公平性確保」を前提にすべきと考えています。

生命保険に関する各種ルールの現状

「消費者保護」「競争条件の公平性確保」の観点から設けられている販売ルールの概要

金融・保険分野における「規制緩和」「自由化」に伴う（規制改革）が検討されることとなっています。（右記「金融改革プログラム」参照）

わたしたちの基本的な考え方

「規制改革」「自由化」に伴う検討にあたっては、「消費者保護」と「競争条件の公平性確保」を前提とした検討を

わたしたちは、消費者の利便性向上の観点からの規制改革に取り組むことは重要と考える一方で、生活基盤に直結する公共性の高い分野や国民の安心・安全に資する領域については、生活者・消費者保護の視点から慎重な検討が必要と考えています。この考えの下、金融・保険分野における規制改革への検討においても、「規制改革に取り組むべきルール」と「今後も堅持していくべきルール」の両方があると考えています。

「規制改革に取り組むべきルール」の一例としては、現在、各種事業を包括的に規制する法律がなく、根拠法などが多岐にわたっていることで「消費者保護」・「競争条件の公平性確保」の観点から問題がある「共済問題」に関するルール・法整備が挙げられます。現在、共済事業の中には、特定の人を対象とする共済事業の趣旨を逸脱して募集活動を行っているケース等の問題事例もみられる状況にあります。そこで、わたしたちは、各種共済に関する共通のルール・法整備、保険と共済の監督体制の一元化等の整備

は早急に進めるべきと考えています。

一方で、「今後も堅持していくべきルール」としては、代表的な例として、銀行が社会的影響を利用した圧力販売を禁止する「銀行等による保険販売に関するルール」、または、企業代理店が職制等を通じた従業員（構成員）への圧力販売を禁止する「構成員契約ルール」が挙げられます。これらのルールは、いずれも、お客さまを圧力販売等から守り、多様なニーズに合わせて自由に保険を選択することが可能となるような「消費者保護」に関するルール、および、業態間の「競争条件の公平性確保」に関するルールとして存在しているだけに、今後も、引続き堅持していくべきルールと考えます。

いずれにせよ、規制改革等の検討にあたっては、消費者実態および生命保険事業・商品特性を踏まえた上で、「消費者保護」と「競争条件の公平性確保」を実現することが大前提と考えています。

規制改革プログラム「工程表」(2005年3月公表)の概要(保険に関連する項目)

検討項目	検討内容・実施時期等		
	16年度内	17年度内	18年度内
活力ある金融システムの創造 (1)利用者ニーズの重視と利用者保護ルールの徹底			
多様で良質な金融商品・サービスの提供に向けた制度設計			
金融商品・サービスの販売チャネルの拡大	・金融審議会第一部会にて「投資サービス法(仮称)」についての議論を本格化(16年9月)	・「投資サービス法(仮称)」についての基本的な考え方を取り纏め(17年6月メド)	
		・上記基本的考え方を踏まえ、法制化に向けた作業を実施	
	・銀行等に証券仲介業務を解禁(16年12月) ・信託契約代理店制度等を整備(16年12月)	・銀行代理店制度について顧客の利便性向上の観点から見直し	
	・金融審議会第二部会の報告書(16年3月)を踏まえ、銀行等が販売可能な保険商品の範囲拡大および適切な弊害防止措置について検討、実施		
保険商品の多様化と価格の弾力化の推進		・各保険会社の自己責任原則に基づく商品開発・管理の態勢整備を促進するため、事務ガイドラインを改正(17年6月メド) ・多様な商品開発を促進する観点から、第三分野商品等について、当局の商品審査基準のより一層の明確化を図るため事務ガイドラインを改正(17年12月メド)	
		・保険商品の価格の弾力化を促進する観点から、保険料のうち保険数理に直接よらない部分を中心に保険審査を簡素化する方向で保険業法施行規則等を改正(17年中より順次改正)	
公正な競争を促す適正な比較広告の容認	・保険等の販売・広告等における顧客説明等のあり方について検討を開始(17年3月)	・左記検討結果を踏まえ、保険等の販売・広告等に監視、明瞭かつ丁寧に説明されるべき重要事項および顧客への説明態様を整理・明確化する観点から、事務ガイドラインを改正(17年12月メド)	
		・保険商品の適切な比較情報が顧客に提供されるよう、比較広告に関するルールの見直しについて引続き検討	・左記検討結果を踏まえ、比較広告に関するルールを定める保険業法施行規則等を改正
金融実態に対応した利用者保護ルール等の整備・徹底			
「投資サービス法(仮称)」の制定	・金融審議会第一部会にて「投資サービス法(仮称)」についての議論を本格化(16年9月)	・「投資サービス法(仮称)」についての基本的な考え方を取り纏め(17年6月メド)	
		・上記基本的考え方を踏まえ、法制化に向けた作業を実施	
根拠法のない共済の契約者保護ルールの導入	・根拠法のない共済について、原則として保険業法規定を適用するとともに、参入要件等を緩和した「少額短期保険業者」制度を創設するため、保険業法等の改正法案を上げ(17年3月)		・左記法案の成立後1年以内に施行
保険契約における適合性原則の遵守	・保険等の販売・広告等における顧客説明等のあり方について検討を開始(17年3月)	・保険商品毎に、その購入時において契約者が留意すべき事項の取り纏め・公表を業界団体(生損保協会等)に要請(17年12月メド)	
		・契約者保護の観点から、保険契約における適合性原則を明確化する方向で引続き検討	・左記検討結果を踏まえ、保険契約における適合性原則に関して事務ガイドライン等を改正
保険契約者保護制度の見直し	・保険業法等の改正法案を通常国会に提出(17年3月)		・左記法案の成立後1年以内に施行

「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム(2005年4月～)」にて議論中

お客さまが安心・納得して加入できる制度・ルールの提言

「銀行等による保険販売」は、安易に全面解禁すべきではありません

貸付等の本来業務を通じ、顧客に対して大きな影響力を持つ銀行が保険販売を行うと、不当な乗換えや抱き合せ販売など、お客さまの本来のニーズから乖離した圧力販売が行われる恐れがあります。とくに人の生死にかかわる保障性商品等については、十分かつきめ細かなコンサルティングが不可欠であるだけに、消費者保護上の問題が発生する可能性が高くなります。

「銀行等による保険販売」は、2002年10月の個人年金解禁の後、更なる規制緩和として全面解禁に向けた検討・議論がなされ、「2005年12月以降、融資に伴う保険販売禁止等の一定の弊害防止措置を設けた上で一部貯蓄性商品の追加解禁後、特段の問題がなければ2007

組合員から寄せられた問題事例より

A 銀行は融資先企業で、融資打ち切りの話をしながら、役員に保険加入を勧めている
B 社はメインバンクであるC銀行からの強い要請を受け、社員に対し、個人年金に加入する時は必ずC銀行窓口で加入するよう通達を出している

年に全面解禁」との政省令が出されています。

しかしながら、仮に、2005年12月からの追加解禁以降も「融資先に対する圧力販売」や「預金・決済情報の流用」等の問題がみられた場合、「消費者保護上」もしくは、「競争条件の公平性確保」の観点に深刻な影響を与えることから、2007年の全面解禁は見直す必要があります。

従業員に対する圧力販売を防止するために「構成員契約ルール」は絶対堅持を

「構成員契約ルール」は、職制等を通じた従業員（構成員）への圧力販売を防止するために、企業代理店がその関係会社の従業員に対し、販売できる生保商品を限定するルールのことです。構成員向けに販売できるのは、ニーズ顕在型の第3分野商品（医療・介護等）のみとなっています。これは、従業員（構成員）が自由に商品を選択するために、不可欠なルールといえます。

現在の状況については、規制改革・民間開放推進会議3か年計画（改定）に、「金融審議会において構成員契約規制のあり方について、結論を得るべく、引続き検討を進める」とされ、規制緩和への方向性が示されています。

組合員から寄せられた問題事例より

保険代理店をしているA社では、上司から部下への強制的な加入勧奨が行われ、加入を断ると勤務評価にも影響するらしい
B社では、定期的に「保険説明会」を開催し、従業員に対して強制的に加入勧奨を行っている

しかしながら、生命保険はお客さまのニーズにきめ細かく対応したコンサルティングが不可欠であるだけに、お客さまの主体的な選択機会を十分確保するためには、消費者保護ルールとしての「構成員契約ルール」の存続が不可欠です。

各種共済に関する制度・ルールの整備を

共済事業は本来、特定の人を対象としていますが、中には明らかに逸脱しているケースも見られる中で、今後は保険と共済の不正な競争事例が増加する恐れがあります。

「根拠法のない共済」については、真に構成員が特定されている共済を除き、保険業法の対象とする旨の保険業法が成立し、一定の前進が図られており、評価できるものと考えています。

しかしながら、「根拠法のある共済」についても、監督当局・根拠法などは多岐にわたっているため、「消費者保護」「競争条件の公平性確保」の観点から問題があります。

主な共済事業

主な共済団体	根拠法	監督官庁
JA共済連	農業協同組合法	農林水産省
生協等	消費生活協同組合法	厚生労働省
全国生協連（県民共済等）	地域を主体	
全労済（こくみん共済等） 労働組合生協共済	労働組合を主体	
企業内、労働組合等の共済	なし	なし

今後は、各種共済における共通のルール・法整備、保険と共済の監督体制の一元化、生保と同様のセーフティネットの整備など、各種共済に関する制度・ルール整備を進めるべきと考えます。

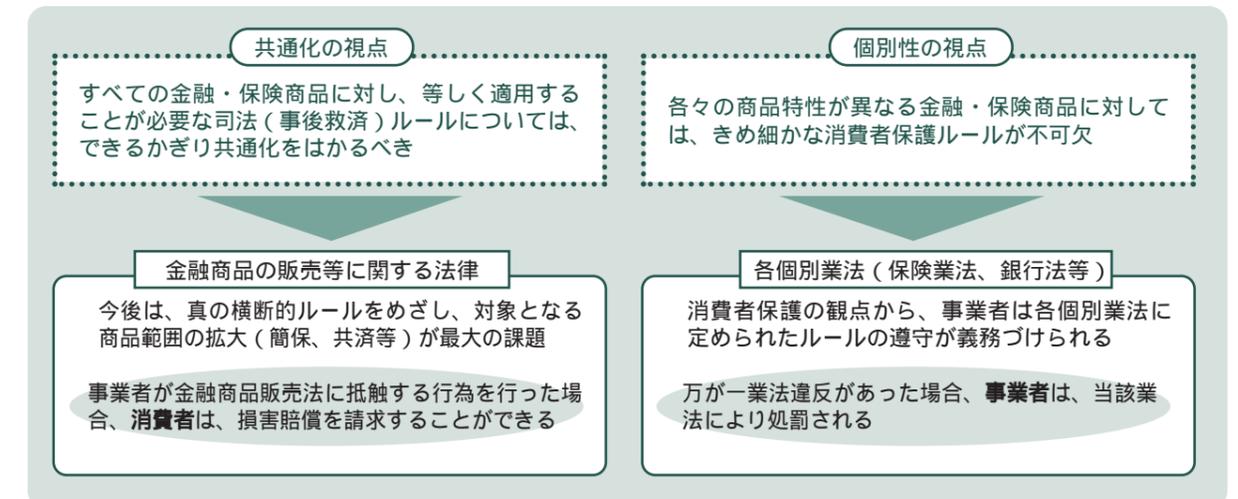
お客さまが安心・納得して加入できる制度・ルールの提言

複雑・多様化する金融・保険商品には、消費者保護上、業態横断ルールの法制化のみならず、従来の業態別法制との双方からのアプローチが必要

現在、業態を超えた横断的ルールとしては、顧客に対する説明義務等が課せられている「金融商品の販売等に関する法律」が存在しています。これに加えて、現在、業態横断ルールの法制化に向けた動きとして、金融改革プログラムを受けて、金融審議会にて議論されている「投資サービス法(仮称)制定」の中で、業態横断ルールの法制化（「金融・サービス市場法」）構想が出ています。わたしたちは、すべての金融・保険商品に対し、等し

く適用することが必要な司法（事後救済）ルールについては、できるかぎり共通化をはかるべきと考える一方、金融・保険商品が複雑・多様化する中で、消費者保護を万全なものとするためには、業態横断ルール法制だけでは商品特性に応じたきめ細かな対応は困難であるだけに、各々の商品特性にきめ細かく対応した個別業法とあわせて、双方からのアプローチが不可欠と考えています。

金融保険商品に求められるルールのあり方



「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム」における検討については、「生命保険事業・商品の特質」と「消費者利益」との関連を踏まえた検討を

「金融改革プログラム」の検討項目のうち、「公正な競争を促す適正な比較報告の容認」「保険契約における適合性原則の遵守」について検討するため、2005年4月に「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム」が発足しています。

具体的検討は、「保険募集時における説明等のあり方」から開始されており、議論にあたっては、既存の法律をどう解釈・運用するだけでなく法改正も視野に入れ、業法・施行規則・事務ガイドライン等がどうあるべきかについて、消費者保護の観点から議論されることとされています。

わたしたちは、これらの検討における結論が、真に「消費者保護」「消費者利益」につながることを期待しています。

一方で、仮に、議論が生命保険事業・商品の募集実態とはかけ離れ、お客さまとの関係構築も困難にするようなルールが策定されるようなことがあれば、結果的に、「消費者保護」「消費者利益」を損なう結果を招く懸念もあるだけに、「規制の法益」と「実務上の負担」双方を比較考量しつつ検討するべきと考えます。

お客さまにとってベストである商品を提供すること