

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

生保労連の産業政策

生命保険には、お客さまに安心・納得してご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、今後とも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も、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」を大前提にすべきと考えています。

生命保険に関連する各種ルールの現状

見直しが進む金融監督・ルールの概要

金融・保険分野における「規制緩和」「自由化」に伴って、生命保険についても、金融監督・ルール等の見直し

(規制改革)が進められてきました。(右記「金融改革プログラム」の進捗状況の概要を参照)

「消費者保護」の観点から設けられている販売ルールの概要

生命保険には、お客さまを圧力販売から守り、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、販売に関するルールが各種設けられていますが、代表的なものとして「銀行等による保険販売に関するルール」があります。

これは、銀行等が顧客(法人・個人)に対し、融資等を背景とした優越的地位を利用し、保険販売に際して圧力販売を行うことや本業で知り得た個人情報をも本人の同意なく活用することを防止するために設けられているルールであり、様々な弊害防止措置等が設けられています。

また、構成員(従業員)に対する圧力販売を防止するために設けられているルールとして、「構成員契約ルール」があります。

生活保障産業をめぐる各種ルールの概要

国民の生活保障の担い手としては、わたしたち民間の生命保険会社の他にいくつかの事業者が存在しますが、それぞれの事業者毎の制度・ルールが区々となっているため、「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。

例えば、簡易保険事業(かんぼ生命)については、2007年10月からの民営化が予定されていますが、民営化スタート時においては、かんぼ生命の株式を政府関与が残る日本郵政株式会社が保有すること等から、完全な民営化が果たされているとは言えません。(むこう10年

具体的には、企業代理店がその関係会社の従業員に対し販売できる保険商品を限定し、従業員の自由な商品選択や加入を可能としています。なお、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。

さらに、昨今、金融・保険商品をめぐる消費者保護策として金融商品取引法が制定される等、様々な環境整備がはかられています。特に、保険商品の募集・販売に際しては、「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム」の議論を踏まえて、お客さまがより理解・納得した上で商品を選択できるよう、「契約概要」や「注意喚起情報」の提供、ならびに「意向確認書面」の導入がはかられています。

間(「移行期間」)に完全民営化を行うことが義務付けられています。)

このような中で、かんぼ生命の引受け商品や加入限度額等、経営の自由度が緩和されることとなれば、「民間会社とのイコールフットイング」の観点から、問題があると言わざるを得ません。

また、共済事業については、その根拠となる法律や監督当局が区々であること等から、公平な競争条件が確保されているとは言えません。

「金融改革プログラム」の進捗状況の概要(平成18年度末)

検討項目	実施内容
.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	<ul style="list-style-type: none"> 【金融商品・サービスの販売チャネルの拡大】 ・「証券取引法等の一部を改正する法律」等の成立(幅広い金融商品・サービスに対する包括的・横断的法制の整備)(18年6月7日) 【銀行代理店制度の見直し】 ・「銀行法等の一部を改正する法律」の成立(17年10月26日、18年4月1日施行) 【銀行等が販売可能な保険商品の範囲の拡大等】 ・「保険業法施行規則の一部を改正する内閣府令」の施行(17年12月22日)
保険商品の多様化と価格の弾力化の推進	<ul style="list-style-type: none"> 【保険会社の自己責任原則に基づく商品開発・管理の態勢整備の促進】 ・「保険会社向けの総合的な監督指針」の策定(17年8月12日) 【第三分野商品について、当局の商品審査基準の一層の明確化】 ・「保険会社向けの総合的な監督指針」の改正(18年4月28日) 【保険料のうち保険数理に直接関係しない部分の審査の簡素化】 ・「保険業法施行規則」等の改正(18年2月13日、18年4月1日施行)
公正な競争を促す適正な比較広告の容認	<ul style="list-style-type: none"> 【保険契約の販売・勧誘時に説明すべき事項の明確化】 ・「保険会社向けの総合的な監督指針」の改正(18年2月28日) ・保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム「最終報告～ニーズに合致した商品選択に資する比較情報のあり方～」の公表(18年6月19日)
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	<ul style="list-style-type: none"> ・「証券取引法等の一部を改正する法律」等の成立(幅広い金融商品・サービスに対する包括的・横断的な法制を整備し、「証券取引法」の名称を「金融商品取引法」に変更)(18年6月7日)
根拠法のない共済の契約者保護ルールの導入	<ul style="list-style-type: none"> ・「保険業法等の一部を改正する法律」の成立(17年4月22日、18年4月1日施行)
保険契約における適合性原則の遵守	<ul style="list-style-type: none"> 【保険商品の購入時に契約者が留意すべき事項の公表】 ・生命保険文化センター・日本損害保険協会において、「保険契約にあたっての手引」を公表(18年1月23日) 【保険契約における適合性原則の明確化】 ・「保険会社向けの総合的な監督指針」の改正(19年2月22日)
保険広告表示のモニタリングの強化等	<ul style="list-style-type: none"> 【保険会社の広告審査体制の充実を促進】 ・「保険会社向けの総合的な監督指針」の改正(18年2月28日)
保険契約者保護制度の見直し	<ul style="list-style-type: none"> ・「保険業法等の一部を改正する法律」の成立(17年4月22日、18年4月1日施行)
.活力ある金融システムの創造(2)ITの戦略的活用等による金融機関の競争力の強化及び金融市場インフラの整備	
金融機関のガバナンス向上とリスク管理の高度化を通じた健全な競争の促進	
保険会社のソルベンシー・マージン比率の見直し、新しい保険商品に係る責任準備金積立ルールや事後検証の枠組み等、財務関連ルールの整備	<ul style="list-style-type: none"> 【新しい保険商品(第三分野)に係る責任準備金積立ルール等】 ・保険業法施行規則等の一部改正(18年4月28日) 【ソルベンシー・マージン比率の見直し】 ・ソルベンシー・マージン比率の算出基準等に関する検討チームの立ち上げ(18年11月20日)

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・消費者保護の観点から慎重な検討が必要と考えています。したがって、金融・保険分野における規制改革の検討においても、「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」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については早急に進めるべきと考えています。

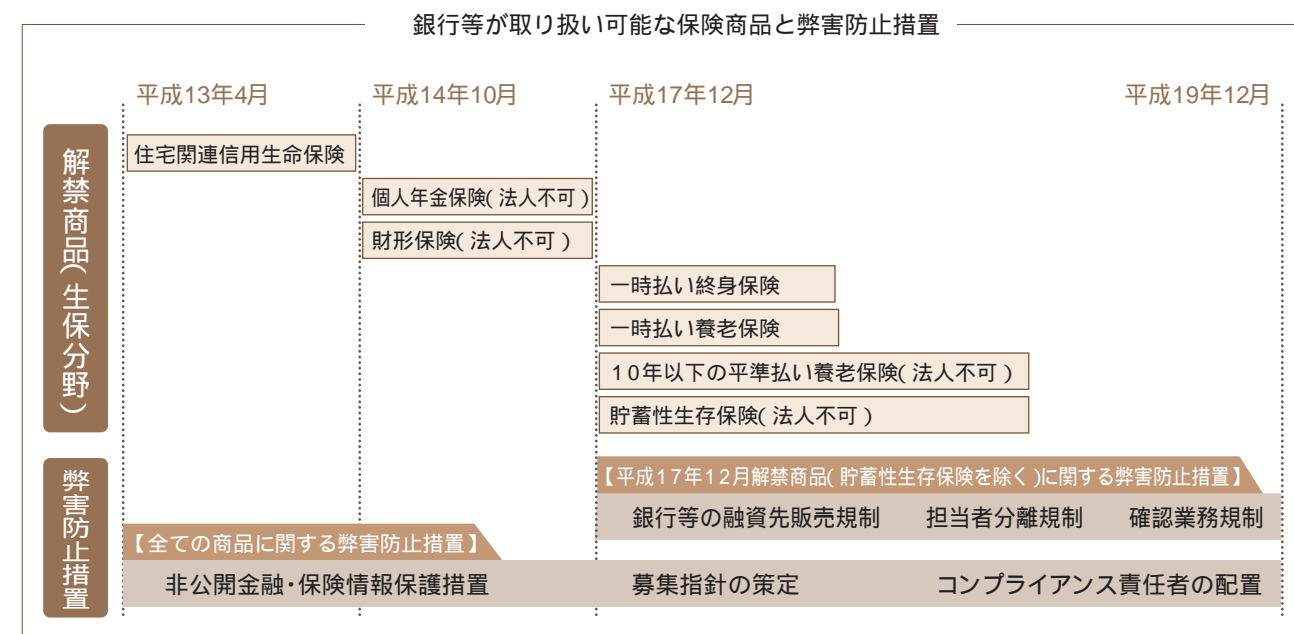
一方で、「今後も堅持していくべきルール」としては、代表的な例として、銀行の社会的影響を利用した圧力販売を禁止する「銀行等による保険販売に関するルール」、や、企業代理店が職制等を通じた構成員（従業員）への圧力販売を禁止する「構成員契約ルール」が挙げられます。これらのルールは、いずれも、お客さまを圧力販売等から守り、多様なニーズに合わせて自由に保険を選択することが可能となるような「消費者保護」に関するルールであるとともに、業態間の「競争条件の公平性確保」の観点から存在するルールであり、今後も、引き続き堅持していくべきルールと考えます。

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。

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、安易に全面解禁するべきではありません

「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商品解禁に向けた検討・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年に全面解禁」との政省令案が出されています。



お客さまが安心・納得して加入できる制度・ルールの提言

わたしたちはかねてより、貸付等の本来業務を通じ、顧客に対して絶大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ると認識しています。

特に、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。

わたしたちは弊害防止措置の機能状況も含め、銀行等による保険販売に関する問題事例について、お客さまの

「生の声」を集める活動を展開してきました。(2005年6月～2007年6月：4,250件を収集)

本活動において、お客さまが銀行等から生命保険商品を勧められた際には、有形・無形の圧力を感じている、あるいは銀行業務で知り得た顧客情報をお客さまに無断で保険販売に活用している等、銀行固有の弊害が問題事例として寄せられており、その数は問題事例全体の約7割を占めています。

わたしたちは、こうした弊害が認められる限りにおいては、「消費者保護」「競争条件の公平性確保」の観点から、銀行等による保険販売の全商品解禁には断固反対します。

組合員から寄せられた問題事例より

圧力販売事例

お客さま(中小企業社長)が、融資を受けている銀行から生命保険加入を強いられ、結果的に自分の保険のみならず家族の保険まで加入することになった。

顧客データ流用事例

ある銀行では、高額預金者リストを作成し専任担当者を設け、顧客に電話をかけ、保険加入や投資信託に加入するよう圧力をかけている。

不適切募集事例

お客さまが、銀行窓口で保険料を入金する際、「同じ商品がある」と勧誘され、送金手続きを取り消されて銀行を通じた保険に乗換えさせられた。

迂回販売事例

お客さまが病院を新設する際、融資を受ける条件として、融資を受ける銀行の系列保険会社から定期保険加入を強要され、断れずに加入した。

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、職制等を通じた構成員（従業員）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、政府の「規制改革推進のための3か年計画」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、引き続き検討を進める」とされ、規制緩和への方向性が示されています。しかしながら、生命保険はお客さまのニーズにきめ細

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。

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。

お客さまが安心・納得して加入できる制度・ルールへの提言

簡保事業の民営化にあたっては、民間生保会社と競争条件を完全に同一とした完全民営化がはかられない限り、新規業務を認めることは許されません

わたしたちはかねてより、簡保事業については、既に設立当初の目的を果たしており縮小・廃止すべきと考えていますが、次善の策として簡保事業を廃止せずに事業存続を行う場合（民営化の場合）には、民間生保と競争条件を完全に同一とした完全民営化をはかるべきと考えています。

租税の負担や民間保険会社との監督体制の一元化等、一部わたしたちの主張も踏まえられている点があるものの、かんぽ生命等に対する政府出資等が残る間においては、民間生保との公正・公平な競争条件は保たれないものと考えており、この間にかんぽ生命の引受け商品や加入限度額等の経営の自由度を緩和すべきでないと考えています。

また、これまで長きにわたり政府の後ろ盾を背景に築きあげられてきた簡保事業に対する国民の信用力は絶大であり、政府保証の無くなる民営化後において、「暗黙の政府保証」が残存するという国民の期待感を払拭することは、とりわけかんぽ生命に対する政府出資が残る間には困難であり、こうした期待感が公正・公平な競争条件を阻害するものと考えています。

さらに、旧簡保契約の契約者に帰属する利益をかんぽ

生保労連が考える「完全なる競争条件の同一化」条件

- 「政府保証」の撤廃
- 三事業の分離・独立
- 租税負担
- 生命保険契約者保護機構の加入、負担
- 民間保険会社と法令適用の同一化
- 民間保険会社と監督体制の同一化
- 民営化会社の相互補助に頼らない体制の構築
- 簡保既契約情報流用の禁止
- 新旧勘定分離（別法人化）

生命に付けかえ、かんぽ生命の業務へ投資することや旧簡保の顧客情報をかんぽ生命の販売活動に転用することとなれば、民間生保との公正・公平な競争条件を確保することはできません。

わたしたちは、今般の郵政民営化に際し、移行期間中におけるかんぽ生命等の新規業務に関する認可等にあたっては、「民間生保会社との完全なる競争条件の同一化」の観点から、真に公正・公平な判断が行われるよう、強く求めています。

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、なかには明らかに逸脱しているケースも見られる中で、今後、保険と共済の不正な競合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、保険業法の適用範囲を見直し、限定列挙された適用除外団体を除き保険の引受けを行う全ての事業者には保険業法の規定が適用されることとなり、一定の前進がはかられたものと評価しています。

一方、「根拠法のある共済（制度共済）」は、本来相互扶助を目的として特定の組合員を対象に給付を行うものですが、近年、農業協同組合法に基づく「JA共済」や消費生活協同組合法に基づく「全労済」「全国生協連」等の各種制度共済は巨大化しており、生命保険との相違が不明確になってきています。

また、制度共済については、監督当局・根拠法などが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。

わたしたちは、共通のルール・法整備や保険と共済の

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)	労働組合を主体	
労働組合生協共済		
企業内、労働組合等の共済	なし	なし

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、各種制度共済に関する制度・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・ルールへの提言

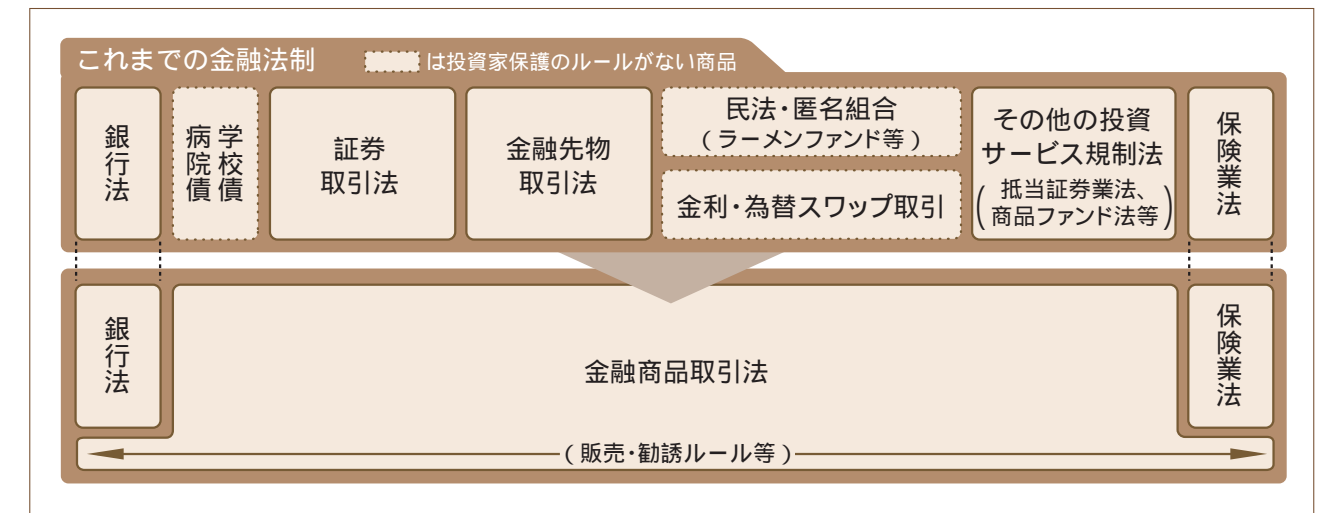
複雑・多様化する金融・保険商品には、消費者保護上、業態横断法制的制定のみならず、従来の業態別法制との双方からのアプローチが必要

従来より、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」が存在していますが、これに加え2007年9月からは、金融商品取引法が本格施行される予定となっています。

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、双方からアプローチすることが不可欠と考えています。

金融商品取引法のイメージ



生命保険商品の募集・販売ルールの見直しにあたっては、生命保険商品の特質と消費者利益との関連を踏まえた検討を

2005年4月に発足した「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「保険商品の販売・勧誘時における情報提供のあり方」「保険契約における適合性原則の遵守」「公正な競争を促す適正な比較広告の容認」をテーマとした検討結果を踏まえ、順次、生命保険商品の募集・販売ルールの見直しが行われています。

具体的には、「契約概要」や「注意喚起情報」の提供、ならびに「意向確認書面」の導入といった措置がはかられており、こうした措置が真に消費者利益に繋がるよう、わたしたちにはその運用面においてしっかりと対応が求められているものと認識し、日々の活動に努めています。

一方で、もう一つのテーマである「公正な競争を促す適正な比較広告の容認」については、真に公正・公平な視点にたった情報提供が行われる限りにおいては、お客

さま・営業職員の双方にとって望ましいものと考えていますが、軽々に比較情報の提供が行われ、公平性・公正性を欠いた比較広告等が氾濫することになれば、お客さまの誤解に基づく商品選択に繋がりがかねないものと懸念しています。

わたしたちは、生命保険商品の募集・販売ルールについて、募集実態とかけ離れ、お客さまとの関係構築も困難化させ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、その見直しにあたっては「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。

お客さまにふさわしい商品を提供すること