

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。金融・保険分野においては新たなルールの整備や「規制緩和」が進められてきましたが、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、わたしたちは、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」を大前提にすべきと考えます。

生命保険に関する各種ルールの現状

生命保険に関する各種ルールの見直し

90年代半ば以降の金融・保険分野における「自由化」の流れの中で、生命保険に関わる監督・ルールについても、様々な見直しが進められてきました。見直しにおいては、利用者保護や金融機関のガバナンスの向上等に資する「ルール

の整備」も行われてきた一方で、銀行等による保険販売の解禁をはじめ、様々な「規制緩和」も積極的に推し進められてきました。

生命保険等に関わる各種ルールの主な見直し

- 子会社方式による生損保の相互参入
- 「契約概要」「注意喚起情報」「意向確認書面」の導入
- 公正な競争を促す適正な比較広告の容認
- 根拠法のない共済の契約者保護ルールの導入
- 銀行等による保険販売の解禁
- 商品審査の簡素化・期間短縮
- ソルベンシーマージン基準の導入と見直しに向けた検討等

わたしたちの基本的な考え方

「消費者保護」と「公正な競争条件の確保」に資するルールの維持・整備が重要に

わたしたちは、規制緩和を通じ消費者利便の向上をはかることは重要であると考え一方で、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、消費者保護の観点から慎重な検討が必要であると考えます。また、ルールの見直しを検討するにあたっては、「公正な競争条件の確保」という視点が不可欠であり、規制を緩和するだけでなく、必要な規制の整備を進めることも重要であると考えます。

上述の銀行等による保険販売については、銀行の社会的影響力を利用した圧力販売等を禁止する「弊害防止措置」が設けられていますが、銀行等の業界からは同措置の緩和・撤廃を求める声が上がっています。また、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」についても、見直しが検討の俎上にあがっています。しかしながら、これらはいずれも、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「公正な競争条件の確保」の観点から存在する規律であり、今後も引き続き堅持していく

べきであると考えます。

また、同じく「規制緩和」の流れの中で、2007年10月の郵政民営化以降、かんぽ生命による新規業務の拡大が行われています。「利便性の向上」を最重要視する観点から、今後も業務規制の緩和を「議決権比率等にとらわれることなく」進めるべきといった意見も出されていますが、政府による間接的な株式保有等がなされている間は民間生保との間の公正な競争条件は保たれているとはいえ、民業圧迫につながるだけに、大いに問題であると考えます。

「必要な規則の整備」としては、共済に関するルール・法整備の問題があります。現在、共済については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おり、「消費者保護」「公正な競争条件の確保」の観点から問題があります。実際、共済の中には特定の人を対象とする共済の趣旨を逸脱して募集活動を行っているケースもみられます。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であると考えます。

わたしたちの提言

Our Proposal

銀行等による保険販売に関する「弊害防止措置」は緩和すべきではありません

銀行等による保険販売については、2001年の第1次解禁（住宅関連信用生命保険等）、2002年10月の第2次解禁（個人年金保険等）、さらに2005年の第3次解禁（一時払終身保険等）と段階的に解禁され、2007年12月より「全面解禁」に至っています。

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等が保険を販売することについては、「圧力販売」や「預金・決済情報等の流用」などの深刻な問題が生じる恐れがあり、「消費者保

護」および「公正な競争条件の確保」の観点から問題であると考えてきました。

「全面解禁」に至る過程において、わたしたちは、銀行等による保険販売に関する「問題事例収集活動」を展開し、販売状況や弊害防止措置の機能状況を監視してきました。最終的には4,250件もの問題事例が寄せられ（2006年1月～2007年6月）、「圧力販売」「顧客データ流用」「募集指針違反」「迂回販売」等の問題が改めて浮き彫りとなりました。

◆ 組合員から寄せられた問題事例より

お客さま（法人社長）より、「融資を受けている銀行から保険加入を勧められた。融資の条件であると強要されたわけではないが、断りづらかったため、加入していた保険を6件解約して、当該保険に加入した」と聞いた。【石川】

死亡保険金をお支払いしたお客さまより、「入金口座の銀行から何度も自宅に訪問され、一時払い年金の加入勧奨をしつこく受けた」と聞いた。【岡山】

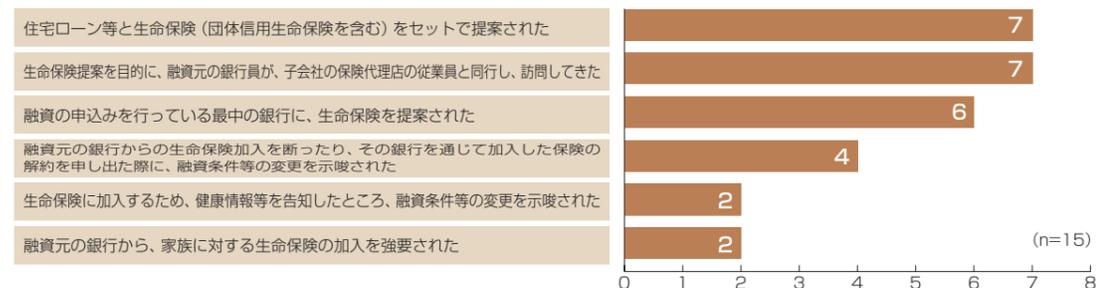
銀行を通じて変額年金に加入したお客さまより「加入時に保険商品であることや、元本割れするリスク等の説明を受けていなかった。結果的に解約をしたため損が出た」と聞いた。【東京】

お客さま（法人社長）より、「銀行から融資を受ける条件として、系列保険代理店の人からの保険加入を提示され、状況的に断れず加入した」と聞いた。【滋賀】

全面解禁にあたっては、弊害防止措置の存置・強化が図られていますが、わたしたちの調査によれば、全面解禁以降も、銀行等による保険販売に対する消費者の不安

は根強く、そうした意識を裏付けるような消費者保護上の問題が生じていることがうかがえます。

◆ Q: 次の選択肢に該当するような経験はありますか（全面解禁以降）（複数回答可）【対象: 「ある」と答えた事業主】



2009年2月 生保労連「銀行等による生命保険販売に関する消費者モニターアンケート」調査結果より

弊害防止措置等については2010年12月をめどに「所要の見直し」が行われることとされています。銀行等の業界からは早くも弊害防止措置の緩和・撤廃を求める声が上がっていますが、わたしたちは消費者保護の

徹底や公正な競争条件の確保を通じ、生命保険業界の健全な発展をめざしていく観点から、弊害防止措置の緩和・撤廃に強く反対します。

わたしたちの提言

Our Proposal

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。

現在の状況としては、政府の「規制改革推進のための3か年計画（再改定）」（2009年3月）に、「行政改革委員

会の意見を最大限尊重し、金融審議会において構成員契約規制の在り方について、結論を得るべく、引き続き検討を進める」と、規制緩和に向けた方向性が示されています。

しかしながら、生命保険はお客様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、お客様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。

政府による間接的な株式保有の解消等がなされないかぎり、かんぽ生命の新規業務は認めるべきではありません

2007年10月の郵政民営化のスタートに際し、かんぽ生命において、旧契約の分離、新契約における政府保証の廃止、各種税負担、生命保険契約者保護機構への加入等の措置が講じられたことについては、「公正な競争条件の確保」に向けた第一歩として、一定程度評価できるものといえます。

しかしながら一方で、わたしたちは、政府による間接的な株式保有の解消等を通じた完全な民営化がはかられない限り、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います。

残念ながら、郵政民営化以降、公正・公平な競争条件が確保されないまま、なし崩し的にかんぽ生命等の業務拡大が進められています。また、2009年3月の「郵政民営化委員会の意見」においては、「業務規制の緩和を考える際の最も重要な視点」は「利便性の向上」であるとした上で、限度額規制をはじめとした業務規制の緩和を「議決権比率等にとらわれることなく」進めるべきといった整理がなされています。

◆かんぽ生命等の業務拡大等

07年11月	かんぽ生命、新規業務認可申請（26日） 【他の保険会社の法人向け商品の受託販売（a） 新たな保険の引受け（入院特約の見直し）（b）】 ゆうちょ銀行、新規業務認可申請 【変額個人年金保険等の生命保険募集業務（c）】
08年4月	かんぽ生命、加入後一定期間経過した場合の限度額規制に関する政令改正を要望（1日） かんぽ生命、他の保険会社の法人向け商品の受託販売（上記a）、新たな保険の引受け（上記b）認可（18日） ゆうちょ銀行、変額個人年金保険等の生命保険募集業務（上記c）認可（18日）
5月	ゆうちょ銀行、変額個人年金保険等の生命保険募集業務（上記c）実施 郵便局会社、変額年金の販売開始
6月	かんぽ生命、他の保険会社の法人向け商品の受託販売（上記a）実施
7月	かんぽ生命、新たな保険の引受け（入院特約の見直し）（上記b）実施
10月	郵便局会社、第三分野及び法人向け生命保険の販売開始、変額年金の販売拡大
09年4月	かんぽ生命、がん保険の限度額規制緩和を要望

こうした現状は、政府の出資比率をはじめとした「他の生命保険会社との間の競争関係に影響を及ぼす事情」を考慮し、「他の生命保険会社との適正な競争関係」等を「阻害するおそれがないと認めるとき」に新規業務を認

可するとして郵政民営化法の規定の趣旨に反しており、完全な民営化がはかられない限りは、かんぽ生命等の経営の自由度を緩和すべきではないと考えます。

わたしたちの提言

Our Proposal

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みられる中で、今後、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」（「特定保険業者」）については、保険業法の適用範囲の見直しにより、限定列挙された適用除外団体を除き共済の引き受けを行う全ての事業者が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、監督当局や根拠法などが区々となっているため、「消費者保護」や「公正な競争条件の確保」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。

◆主な共済団体

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	全国生協連（県民共済等）	消費生活協同組合法	厚生労働省
	全労済（こくみん共済等）		
	労働組合生協共済		
企業内、労働組合等の共済		なし	なし

複雑化・多様化する金融・保険商品には、消費者保護上、業態横断法制的な制定のみならず、従来の業態別法制的な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販売法が存在していましたが、これに加えて2007年9月からは、金融商品取引法が本格施行されています。

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、

可能な限り共通化をはかるべきと考えます。一方、金融・保険商品が複雑化・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す。わたしたちは、業態横断ルールと個別業法の双方からのアプローチが引き続き不可欠であると考えています。

募集・販売ルールの見直しにあたっては、生命保険商品の特性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、生命保険商品の募集・販売ルールの見直しが行われました。

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つながるよう、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、お客様・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、お客様の誤解に基づく商品選択につながりかねないものと懸念しています。

現在、「保険の基本問題に関するワーキング・グループ」では、募集・販売ルールの見直しに向け幅広い観点から議論が進められています。わたしたちは、募集実態とかけ離れたルールが策定され、結果的に「消費者保護」や「消費者利益」を損なうこととならないよう、「規制の法益」と「実務上の負担」の双方を比較考量しつつ検討を進めるべきであると考えます。