

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り、「消費者保護」と「公正な競争条件の確保」を大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

生命保険に関する各種ルールの見直し

1990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、さまざま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、さまざまな「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、規制緩和を通じて消費者利便の向上をはかることは重要であると考える一方で、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、消費者保護の観点から慎重な検討が必要であると考えています。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」という視点も不可欠であり、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。

銀行等による保険販売については、多大な社会的影響力を持つ銀行が、優越的地位を利用し、保険販売の際に圧力販売を行うことや本業で知り得た個人情報、本人の同意を得ることなく利用することを防止するため、さまざまな「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・撤廃を求める声があがっています。また、「構成員契約ルール」については、企業代理店がその関係会社の従業員に対して販売できる商品を限定し、構成員（従業員）への圧力販売を禁止していますが、同ルールについても緩和・撤廃を求める声があがっています。

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を可能とする「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。

さらに、2009年10月に「郵政改革の基本方針」が閣議決定されて以降、議論が進められてきた郵政改革については、政府の関与（出資）が残る中で、かんぽ生命の「加入限度額拡大」「第三分野商品の解禁」といった業務範囲の拡大が行われれば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。

加えて、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ると考えます。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」は維持・強化すべきです

銀行等による保険販売については、取扱い可能商品の範囲が2001年の第1次解禁より順次拡大され、2007年12月の第4次解禁以降、銀行等は全ての保険商品を販売することが可能（全面解禁）となっています。

一方、保険業法施行規則等で、圧力販売の防止や消費者の非公開情報保護の観点から弊害防止措置が設けられています。

わたしたちはかねてより、貸付等の本来業務を通じ、消費者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」等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。

こうした中、わたしたちは「全面解禁」以降の弊害防止措置の機能状況等を監視する観点から、組合員が日々の活動の中で接する問題事例を収集した「窓販モニタリング（問題事例収集活動）」、およびインターネット調査会社を通じた「消費者モニターアンケート」を展開してきました。

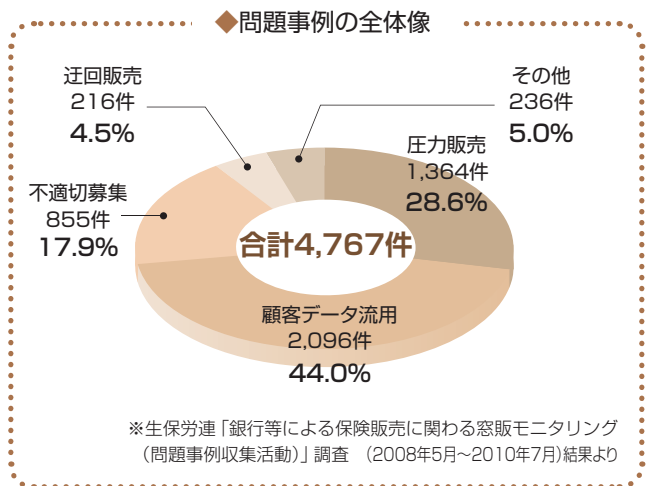
「窓販モニタリング」（2008年5月～2010年7月）では、最終的には4,767件もの問題事例が寄せられました。

問題事例の内訳としては、「圧力販売事例」「顧客データ流用事例」「不適切募集事例」「迂回販売事例」等、多岐にわたっており、弊害防止措置が十分に機能しておらず、

消費者保護上の問題が日常的に発生していることが改めて浮き彫りとなっています。

弊害防止措置については、銀行等の業界からは緩和・撤廃を求める声があがられています。仮に弊害防止措置が緩和されると、弱い立場である消費者に対する被害のさらなる拡大や生命保険市場の健全な発展が阻害される懸念があります。

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、弊害防止措置は維持・強化すべきと考えます。



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。

構成員契約ルールについては、緩和・撤廃を求める声があがっていますが、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、お客さまの主體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」は存続が不可欠です。

わたしたちの提言

Our Proposal

郵政改革にあたっては、民間会社との「公平・公正な競争条件」が大前提であり、民業圧迫は認められません

2007年10月に郵政民営化がスタートし、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、各種の税負担、生命保険契約者保護機構への加入等の措置が講じられてきました。

しかしながら、2009年9月に新政権が発足し、同年10月に「郵政改革の基本方針」が閣議決定され、完全民営化が事実上ストップするとともに、新たな郵政改革議論がスタートしました。

その後、2010年3月には郵政改革担当大臣および総務大臣より、政府が間接的にかんぽ生命の株式を保有したまま加入限度額を2,500万円に拡大するとの方向性が示され、同年4月にこれに沿った郵政改革関連法案が閣議決定されました。

郵政改革関連法案については、その後の国会においても、同内容の法案が提出される等、国政の場において審議が行われることが見込まれています。

同法案は、政府の関与を引き続き残す中で、届出によりかんぽ生命の業務範囲の拡大を可能とするもので、「公平・公正な競争条件」は確保されていません。「民業圧迫」を招くことは明らかであり、民間生命保険会社で働く者の雇用・生活に多大な影響を及ぼすことが懸念されます。また、国の信用力（暗黙の政府保証）を背景とした事業展開により、公平・公正な競争条件が損なわれ、健全な金融システムの発展を阻害するおそれがある等、大いに問題があると考えています。

上述の郵政改革の動きの中、わたしたちは、さまざまな場面で意見表明を行うとともに、2010年10月には郵政改革に関する国民意識等を客観的に把握すべく、「郵

◆郵政改革をめぐる主な動き（2009年10月以降）

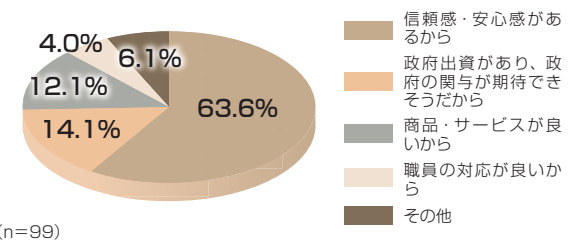
2009年10月	「郵政改革の基本方針」が閣議決定される
12月	「郵政株売却凍結法案」が成立する
2010年2月	「郵政改革素案」が提示（第3回郵政改革関係政策会議）される
3月	郵政改革担当大臣および総務大臣より、「郵政改革に関連する諸事項等（談話）」が示される 閣僚懇談会において、両大臣の談話に沿った内容で郵政改革法案を作成していくとの方向性が示される
4月	郵政改革担当大臣および総務大臣より、「郵政改革に関する法案骨子（談話）」が示される 郵政改革関連法案が閣議決定される
5月	郵政改革関連法案が衆議院を通過し、参議院へ送付される
6月	第174通常国会閉会により、郵政改革関連法案が廃案となる
10月	郵政改革関連法案が、臨時国会に向けて閣議決定される
12月	第176臨時国会閉会により、郵政改革関連法案が次期通常国会での継続審議となる
2011年4月	第177通常国会において、郵政改革に関する特別委員会が設置される

政改革に関する国民意識調査」を実施しました。調査結果をみると、多くの加入者がかんぽ生命に暗黙の政府保証を期待していることや、かんぽ生命の業務範囲に制限があることに不便を感じていないことが明らかになっています。

◆郵政改革に関する国民意識調査結果（抜粋）

Q.あなたが「かんぽ生命」の生命保険に加入した（あるいは加入を検討している）一番の理由は何ですか。

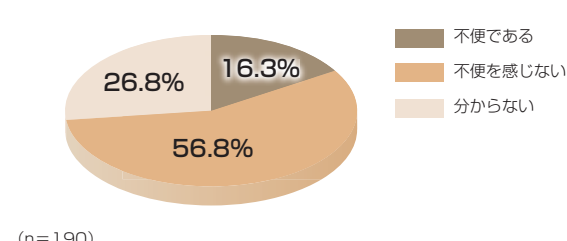
[対象:「かんぽ生命(旧簡易保険を除く)」に加入している(加入を検討している)方]



政府の関与（出資）が残る中でのかんぽ生命の「加入限度額拡大」や「第3分野商品の解禁」といった業務範囲の拡大は、「民業圧迫」に直結するものです。わたしたちは、

Q.あなたは「かんぽ生命」に業務範囲の制限(加入限度額等)があることに不便を感じますか。

[対象:「かんぽ生命(旧簡易保険を含む)」に加入している方]



郵政改革にあたっては、民間会社との「公平・公正な競争条件の確保」が大前提であり、「民業圧迫」は決して認めるべきではないと考えます。

わたしたちの提言

Our Proposal

各種制度共済に関する制度・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、保険と共済の不公平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、保険の引き受けを行うすべ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ました。なお、2010年11月には、保険業法の規制に直ちに適合できない事業者が存在したことから再び保険業法が改正され、一定の要件に該当するものは、当分の間、一般社団・財団法人への移行等を条件に、行政庁の認可を受けて事業を継続できることとなり、今後の動向を注視していく必要があります。

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）	地域を主体	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

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

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」に加え、2007年9月から金融商品取引法が施行されています。

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

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、「JA共済」や「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、監督当局や根拠法等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等、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。

能な限り共通化をはかるべきと考えています。一方、金融・保険商品が複雑化・多様化する中、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となっており、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1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つながりかねないものと懸念しています。

また、2009年6月には、「保険の基本問題に関するワーキング・グループ」において、「中間論点整理」が公表され、その中で「適合性原則」等が今後の課題としてあげられました。

わたしたちは、募集実態とかけ離れ、お客さまとの関係構築も困難になるようなルールが策定され、結果として、「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。