



銀行窓販チャネルの自由化3年後の 見直しを契機に保険消費者の選択と 利便性のさらなる向上を

ACCJ（在日米国商工会議所）

EBC（欧州ビジネス協会）

日本経済・社会における 外国生命保険会社の貢献

現在**19社**の外資系生保が日本で事業を行っています。

収入保険料市場シェア

15.2%

雇用(社員)

約52,000人
(賃金:年額約2,550億円)

保険代理店との提携

約54,000店
(募集人:250万人)

保険金・給付金等のお支払

約1.7兆円(2009年度)
※2004年度比15%増加

銀行窓販の現状と問題点

<現状>

- ・銀行窓販の解禁により、消費者の選択の幅と利便性は向上している。
- ・銀行窓販の解禁により、保険市場が活性化している。

<問題点>

- ・過剰な規制が公平な競争の障壁となっており、消費者の選択の幅と利便性が阻害されている

提言

1. プロセスの透明性

2. 融資先企業の従業員に対する販売規制撤廃

→ 当該規制は独占禁止法で規制されているため不要

→ 当該規制が維持されるのであれば以下の規制を設けるべき

- ・ 保険を販売する全ての金融機関(保険会社を含む)に、融資先や株式を保有している会社に対する保険の販売について規制を課す
- ・ 保険会社が、銀行の株主としての自らの立場を利用し、自社商品を競合他社の商品より優先して販売することを銀行に強要できないよう規制を課す

3. 非公開金融情報の利用緩和

4. より実効的な事後規制のために必要な措置を講じる

1. プロセスの透明性

2007年12月に銀行窓販は全面解禁したが、3年後に規制見直しを金融庁によるモニタリング結果に基づいて行うことが約束されていた。

<提言>

「約束されていた見直しプロセスが透明性の高い方法で事実に基づいて行われること」

- ・公開された透明性の高い方法で行われるべきである。
- ・消費者の選択の幅と利便性の改善を目指すべきである。
- ・外国企業を含むあらゆる利害関係者に、現在の規制制度および改正案に関して意見を述べるタイムリーで有意義な機会を提供するべきである。
- 今回このような機会をいただけたことを感謝している。
- ・金融庁による銀行窓販チャンネルのモニタリング結果を公表するべきである。
- ・事実に基づき、反競争的な業界利害の影響を受けずに政策決定するべきである。

2.融資先企業の従業員に対する 販売規制撤廃

金融機関による融資先企業の従業員に対する圧力販売*に関して、ACCJ・EBCは消費者の苦情の声を聞いたことがない。

*金融機関は、融資先企業の従業員へ対して、その企業の従業員が50人以下の場合(特例地域金融機関の場合は20人以下)には保険販売することができない。

<提言>

「『融資先企業の従業員に対する販売規制』は過剰規制であり、これを撤廃することは、消費者の選択の幅と利便性を向上させる」

- ・不必要に消費者の保険商品へのアクセスを制限したり、顧客や商品の種類ごとに異なる扱いをしたりするような規制は撤廃すべき。
- ・ACCJ・EBCが確認する限り、当該圧力販売への苦情は見られない。国民生活センターに寄せられている苦情も確認したが、例えば、金融機関から融資を受けている企業の代表者が、当該企業の従業員に対して保険加入を強要するような圧力販売は確認されていない。もし圧力販売が存在するのであれば、変額年金保険のように数多くの苦情が確認できるはずである。
- ・当該販売規制のため、銀行の融資先の従業員が保険加入を希望しても、その希望は受け入れられない。さらに企業への融資には守秘義務があるために、銀行は融資先企業の従業員に断る理由を説明することができない。従業員にとっては理由もなく保険加入を断れているように映る。

2-1. 融資先企業の従業員に対する 販売規制撤廃

融資先企業の従業員に対する販売規制は、保険業法と独占禁止法の二重規制になっており、結果として消費者の利便性を阻害している。

< 提言 >

**「融資先企業の従業員に対する販売については
独占禁止法によりすでに規制されており、
重複した保険業法上の規制は不要である」**

- ・独占禁止法では第2条第9項第5号で「優越的地位の濫用」を不公正な取引方法と定めており、銀行に対しても規制している。
- ・さらに、公正取引委員会が公表した指針*において、銀行が融資先に対して保険募集業務を行う上での問題行為が具体的に示されていることから、すでに銀行窓販に対する必要かつ適切な措置が採られている。
- ・業界の一部の会社が、自社の既存チャネルを優位に置いておきたいために、銀行チャネルに対する二重規制を維持し、消費者の利便性を阻害することは反競争的であり、あってはならないことである。

*「金融機関の業態区分の緩和及び業務範囲の拡大に伴う不公正な取引方法について」

2-2.融資先企業の従業員に対する 販売規制撤廃

銀行チャネルとその他のチャネルに対する規制の公平性は確保されるべき。

<提言>

「仮に、銀行に対する規制が今後も維持されるのであれば、同等の規制を他の金融機関(保険会社を含む)にも課す」

《具体的な措置》

- ・保険を販売する全ての金融機関(保険会社を含む)は、融資先や株式を保有している会社の代表者や従業員に保険を販売できないようにすべき
- ・保険会社が、銀行の株主として自らの立場を利用し、自社商品を競合他社の商品より優先して販売することを銀行に強要できないようにすべき

3.非公開金融情報の利用緩和

銀行がすでに保持している一定の情報を機密情報として参照することができない*。

*銀行は顧客から事前に同意を得ない限り、非公開金融情報を保険販売に使用することはできない。

<提言>

「銀行に顧客情報の利用を一定程度許可することにより、消費者がより良い商品の提案を受けられるようにする」

・具体的には、顧客の預金やローン残高といった機密情報を参照することは、確実に顧客に適合する商品を提供するのに役立つ。

4.より実効的な事後規制のために 必要な措置を講じる

「ベター・レギュレーション」の考え方に照らし、以下の通り提言する。

<提言>

「より実効的な事後チェック体制を構築するために モニタリング体制を強化する」

・具体的には以下の措置が効果的であると考えている。
→生命保険協会・関係当局の圧力募集に対する相談窓口の強化
→銀行への検査項目に圧力募集の有無をチェックする項目の追加
→クーリング・オフ制度の強化(圧力募集を考慮したクーリング・オフ制度の設定)

- 「ベター・レギュレーション」の考え方に照らせば、銀行窓販規制のあるべき姿は「事後チェック型」。
- 消費者保護と利便性向上のバランスの観点から議論が進み、公平で中立的なルールが実現されることを願っている。
- 銀行窓販の規制見直しは、日本政府・金融庁が金融市場の競争力強化に取り組み、着実に規制改革を進めていることの象徴(シンボル)となり得る。