

銀行による保険窓販について

2011年5月27日

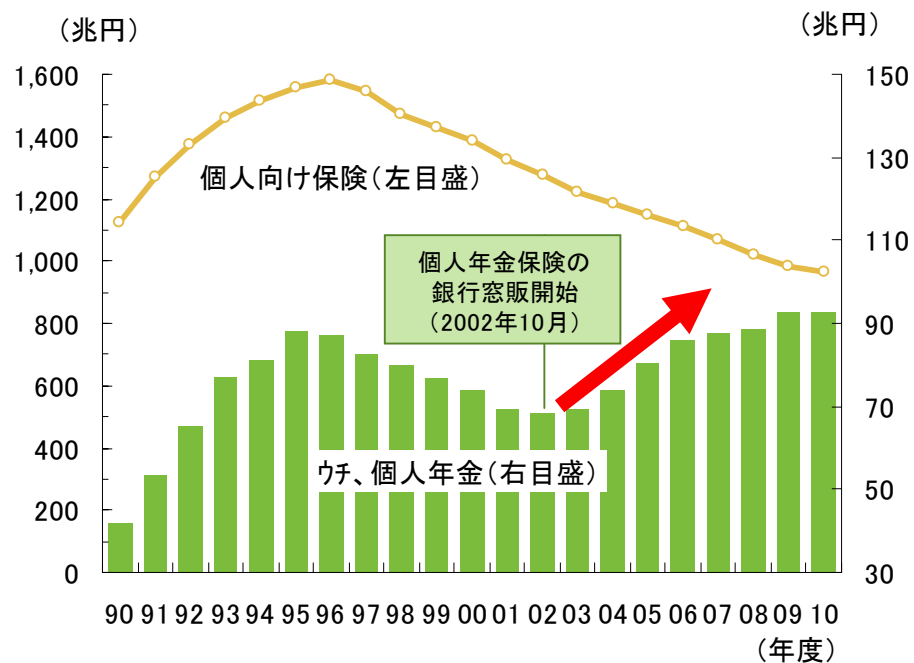
全国銀行協会

株式会社三井住友銀行

1. 保険市場と銀行窓販について

- 生命保険全体の保有契約金額は、少子高齢化などの影響により、減少傾向。一方、銀行窓販の主力商品である個人年金保険は、窓販解禁以降、増加が続いており、生命保険マーケットの拡大・浸透に一定程度寄与してきている(資料1)。
- 損害保険分野の募集チャネル別従事者数で、銀行窓販チャネルは、自動車関連業に次いで2位(資料2)。銀行窓販は、住宅関連長期火災保険の主要な募集チャネルの一つとなっている。

(資料1) 個人向け生命保険全体、個人年金保険の保有契約金額の推移



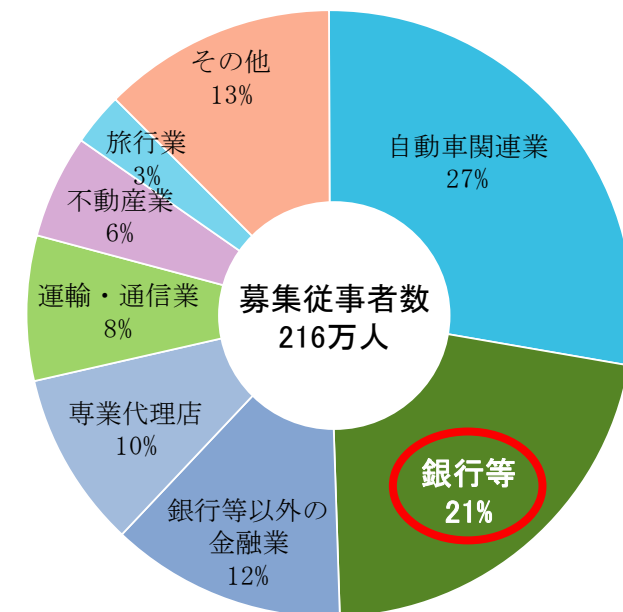
(出所) 生命保険協会

(注1) 個人向け保険全体とは、個人保険と個人年金保険の合計。

(注2) かんぽ生命分を除く。

(注3) 2010年度は2010年9月まで実績。

(資料2) 損害保険の募集チャネル別の募集従事者数(2009年度)



(出所) 日本損害保険協会

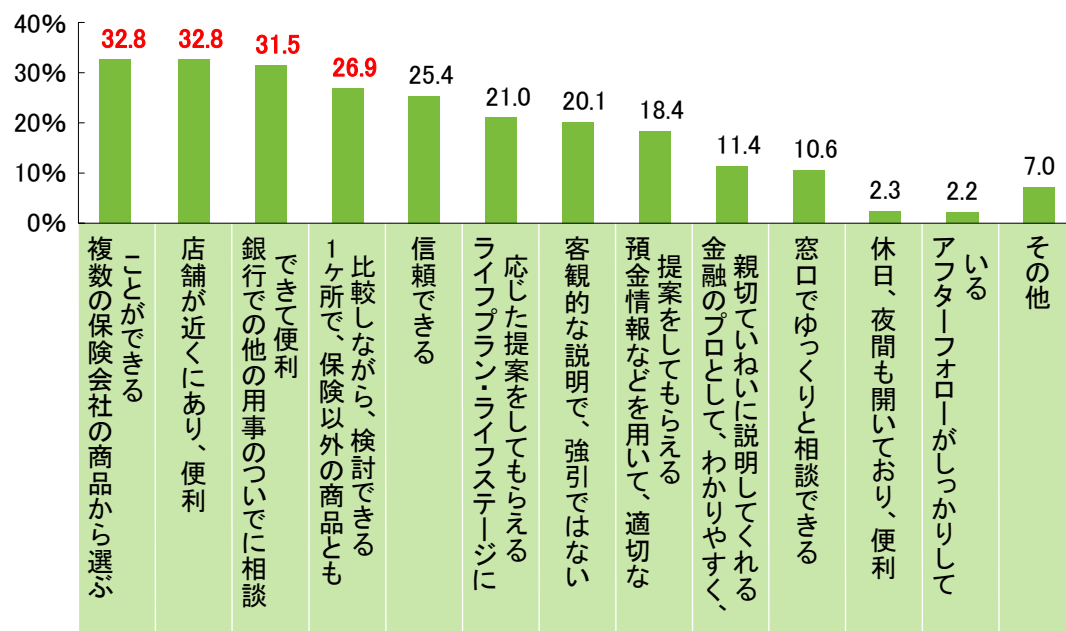
(注) 銀行等は、銀行、信用金庫、信用組合、農協

2. 銀行窓販チャネルの特徴・メリットについて

- ワンストップショッピングを通じて、様々な金融商品と保険商品の比較検討が可能（資料3、末尾参考資料）。
- お客さまは、保険の検討に際して、銀行窓口と保険会社外交員に期待する領域が異なっている（資料4）。

お客さまは、銀行窓販を含めた多様なチャネルの中から、自らのニーズにあった所で保険加入ができる。
これにより、お客さまに適時に最適な保険を提供できる。
（銀行と保険会社は「Win-Winの関係」）
（結果、保険マーケットの拡大に資する）

（資料3）銀行窓販のメリット



（出所）全銀協による消費者アンケート結果（2010年11月）

（質問）銀行で保険商品の加入ができることについて、どのようなメリットがあると思いますか？（複数回答）

（資料4）チャネル別のイメージ比較

	金融全般に関する知識がある	店舗が近くにあり、便利	保険以外の商品とも比較しながら検討できる	保険について詳しく説明してもらえる	保険の知識がある	来てくれて便利 自宅や職場まで営業職員（外交員）が
銀行	38.7	33.8	31.1	9.5	5.6	3.0
保険外交員	6.9	3.8	2.8	49.0	43.2	47.2

（出所）全銀協による消費者アンケート結果（2010年11月）

（質問）保険商品に加入する窓口として、それぞれ、あなたはどのようなイメージをお持ちですか？（複数回答）

3. コンプライアンス・利用者保護への取組みについて

- 全銀協では、「生命保険・損害保険コンプライアンスに関するガイダンス・ノート」の制定、生保協との共催の研修会開催など、コンプライアンスの確保・トラブルの未然防止に注力（資料5・6）。
- 会員銀行においては、法令等遵守統括責任者・法令等遵守責任者の配置、内部管理態勢・アフターフォロー体制の構築等、法令上の体制整備を適切に実施。
- 苦情・相談については、全銀協相談室で適切に受け付け、対応状況のフォローに注力。万一、トラブルとなった場合には、全銀協あっせん委員会（ADR）が解決の受け皿となって、真摯に対応。

（資料5）会員銀行が留意すべき事項取りまとめ

- 「銀行の公正取引に関する手引き」

銀行の保険窓販に際し、「抱き合わせ販売」・「取引強制」
「優越的地位の濫用」等に該当する事例を解説

- 「消費者との契約のあり方に関する留意事項」

保険や投資信託など、リスク商品の販売も含めた消費者
との契約全般に関する留意事項を規定

- 「生命保険・損害保険コンプライアンスに関する
ガイダンス・ノート」

銀行が保険窓販を行うに当たって遵守すべき法令、留意事項
を解説

（資料6）会員銀行への周知徹底

- 全銀協理事会における申し合わせ

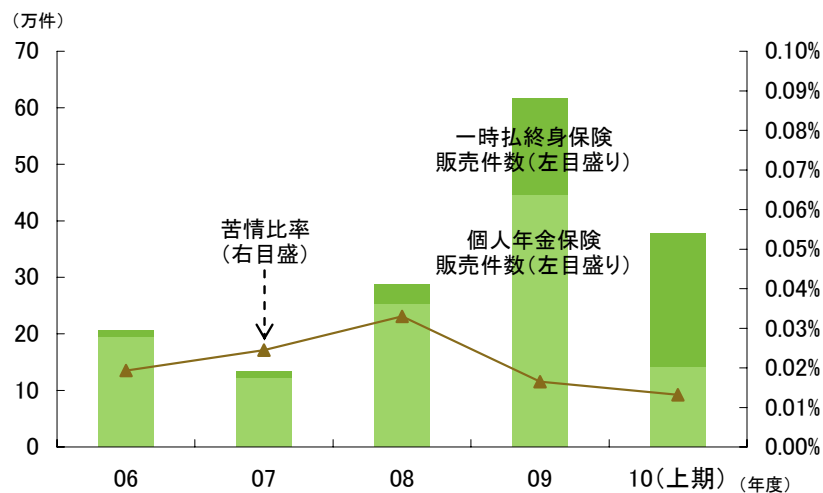
国民生活センターからの改善要望を重く受け止め、
全銀協理事会で、個人年金保険の募集における
説明態勢の強化について申し合わせを実施。左記
ガイダンス・ノートも改訂

- 生保協と共催で「個人年金保険の募集に係る
トラブルの未然防止に関する研修会」を開催 等

4. 全銀協に寄せられる苦情の状況について

- 保険窓販関連の苦情が若干あるのは事実だが、販売件数が年々増加しているのに対して、苦情の比率はおおむね横ばいで推移(資料7)。
- 保険窓販関連の苦情は、全銀協に寄せられる苦情の3.4%。弊害防止措置の無い証券(6.9%)等の、他の金融商品と比べて、突出している訳ではない(資料8)。

(資料7) 個人年金保険・一時払終身保険の銀行窓販件数と苦情比率

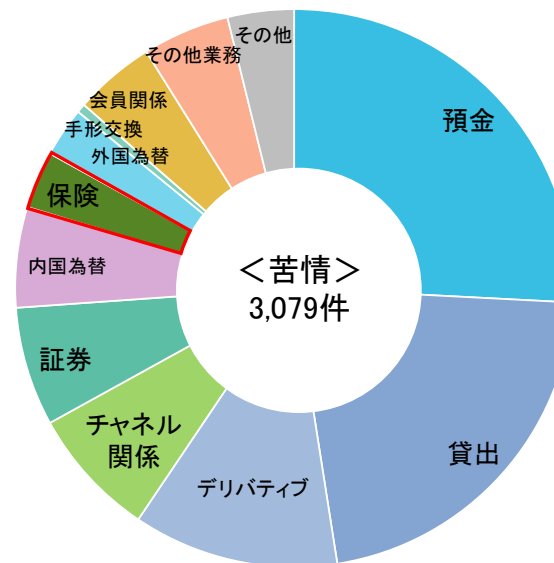


(出所) 国内主要生命保険会社の決算関連資料、全銀協に寄せられた苦情件数を基に作成

(注1) 個人年金保険・一時払終身保険の銀行窓販件数は、国内主要生命保険会社(9社・グループ)の合計。

(注2) 苦情比率は、全銀協に寄せられた生命保険関連苦情件数を、(注1)の販売件数で除した比率。

(資料8) 全銀協に寄せられた苦情の業務分類別割合(2010年4月～2011年3月)
＜速報値＞



業務分類	件数	%
預金	793	25.8
貸出	667	21.7
デリバティブ	370	12.0
チャンネル関係	234	7.6
証券	211	6.9
内国為替	181	5.9
保険	104	3.4
外国為替	80	2.6
手形交換	20	0.6
会員銀行関係	143	4.6
その他銀行業務	155	5.0
その他	121	3.9

(出所) 以下に寄せられた苦情件数を基に作成
2010年4月～2010年9月: 東京銀行協会銀行とりひき相談所
2010年10月～2011年3月: 全銀協相談室

5. 弊害防止措置の見直しについて(総論)

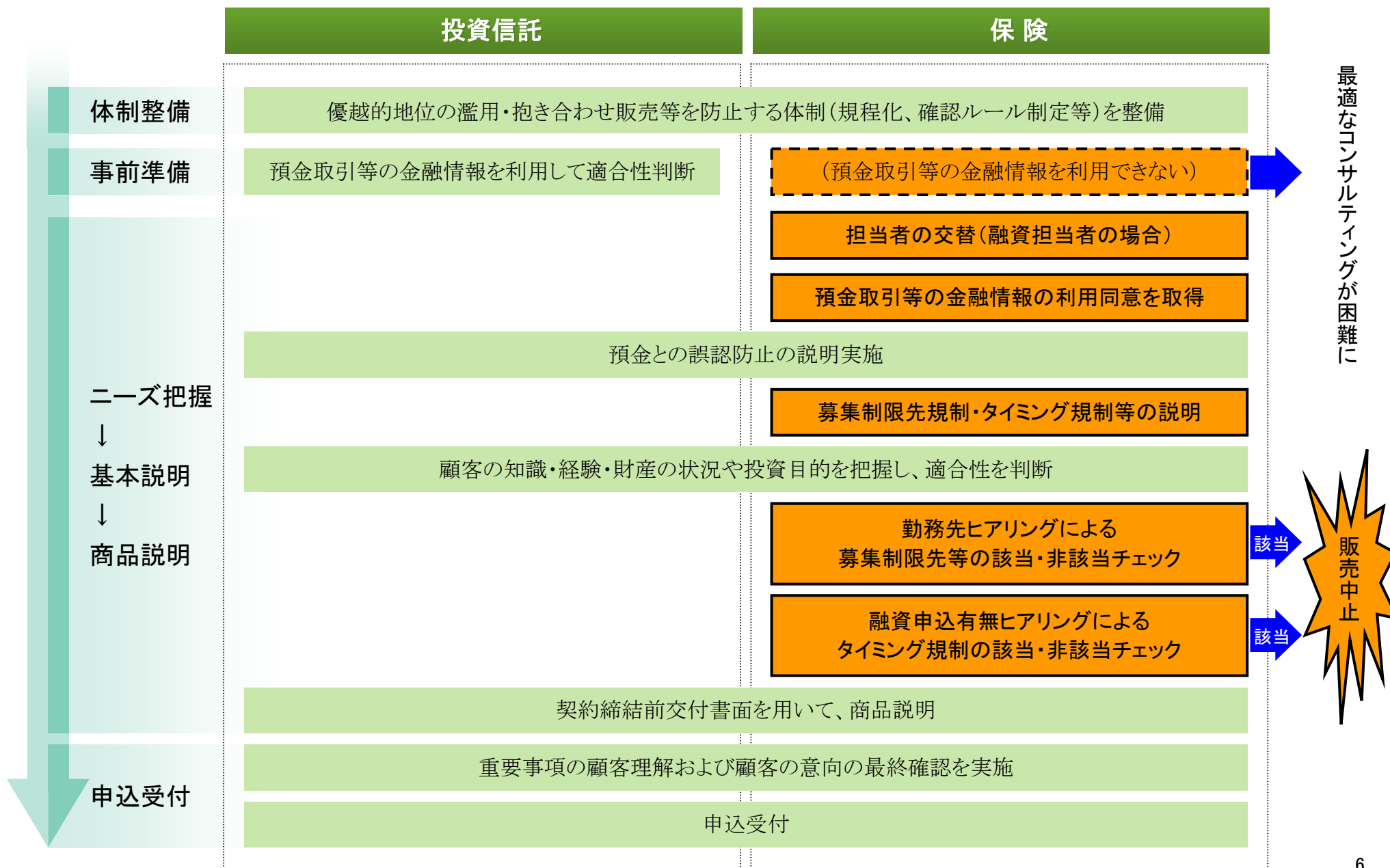
- 銀行窓販の弊害防止措置は、主に圧力販売(優越的地位濫用・抱き合わせ販売等)防止を企図したもの。銀行においては、独占禁止法、銀行法等に基づき、保険を含む金融商品の販売に際して、圧力販売防止の態勢整備が義務づけられており、当該措置は「二重規制的な側面」が強い。(他の金融商品には課されていない異質な規制)
- さらに、外形基準による事前規制であり、国民のサービス享受の機会を阻害するもの(詳細は7・8頁)。

今回の見直しにおいて、全面撤廃されるべき

弊害防止措置の概要		類似の規制
非公開金融情報保護措置	顧客の事前の同意無しに、預金等の金融情報をもとに、保険販売すること等を禁止(準備行為を含む)	個人情報保護法に基づく、利用目的明示等
募集制限先規制(※)	以下に対する保険販売を禁止 ● 事業資金の融資先である法人、その代表者、個人事業主 ● 事業資金の融資先で、従業員が50人以下の企業の役員・従業員	独占禁止法、保険業法、銀行法に基づく、優越的地位の濫用・抱き合わせ販売等の禁止
タイミング規制	融資申し込み中の顧客への、保険販売を禁止(住宅ローン等の個人向けローンを含む)	
融資担当者分離規制(※)	事業資金の融資担当者による保険販売を禁止	
知りながら規制	「募集制限先」又は「タイミング」規制に該当することを知りながら、銀行の特定関係者(グループ会社等)が保険販売することを禁止	

(※) 地域金融機関は特例を選択することにより、募集制限先規制・融資担当者分離規制が一部緩和される。

(参考) 投資信託と保険との主な業務フローの比較

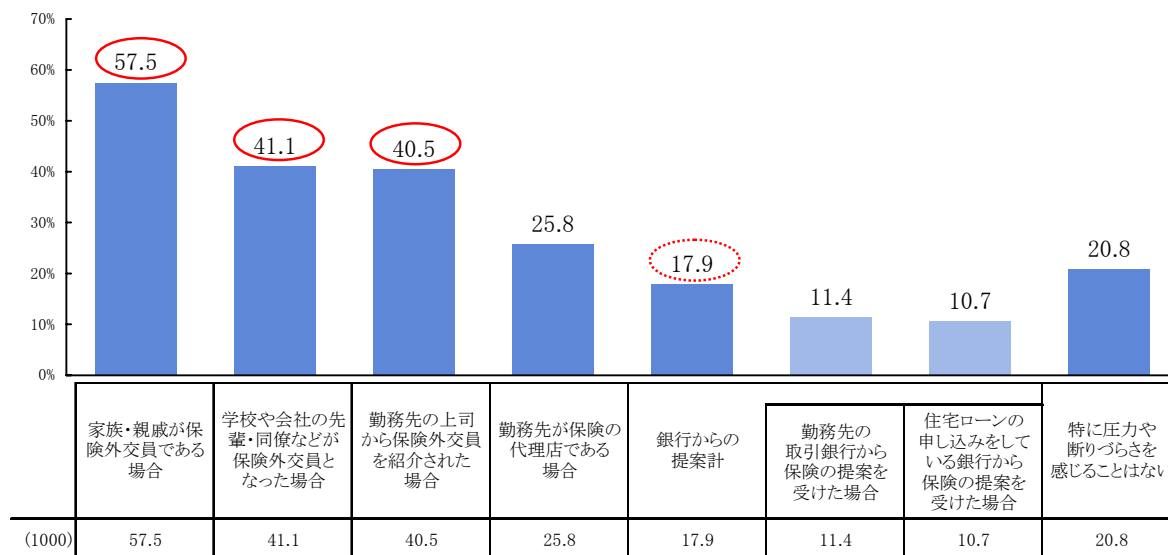


5. 弊害防止措置の見直しについて(各論)

弊害防止措置	顧客保護および顧客利便上の問題点														
非公開金融情報保護措置	● 本来、利用者保護に向けた適合性判断のためには、事前に、非公開金融情報を利用して、顧客の知識、経験、財産の状況を確認することが有効であるが、それが禁止されている。 ⇒ 顧客は最適なコンサルティング機会を喪失														
募集制限先規制 (融資関連規制)	● 従業員の大半の層で、「勤務先の取引銀行」を意識しておらず、取引銀行から「保険に加入できない」と言われた場合には、相当な意外感をもって受け止められている。 ● 特例地域金融機関の場合、契約者1名あたりの保険金や給付金について金額制限があり、希望する金額の保険に加入できない場合がある。 ⇒ お客さまのニーズにかかわらず、外形基準で国民の利便性を制限 (資料9) あなたは、ご自身の勤務先が融資を受けている金融機関名をご存知ですか？ ■ すべて知っている ■ 一部知っている ■ 知らない <table border="1"> <thead> <tr> <th>回答</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>すべて知っている</td> <td>12.1</td> </tr> <tr> <td>一部知っている</td> <td>35.6</td> </tr> <tr> <td>知らない</td> <td>52.3</td> </tr> <tr> <td>合計 (知っている)</td> <td>87.9%</td> </tr> </tbody> </table> (出所) 全銀協による消費者アンケート結果 (2010年11月)	回答	割合	すべて知っている	12.1	一部知っている	35.6	知らない	52.3	合計 (知っている)	87.9%				
回答	割合														
すべて知っている	12.1														
一部知っている	35.6														
知らない	52.3														
合計 (知っている)	87.9%														
タイミング規制 (融資関連規制)	● 住宅ローン申込時に、銀行から「保険金額見直しによるローン返済期間短縮」などの提案が受けられず、機会損失が発生している。 ⇒ お客さまのニーズにかかわらず、外形基準で国民の利便性を制限 (資料10) タイミング規制があるため、お借入の相談や申込みをしている際、同時に、住宅購入を踏まえた、あなたの保険の見直しなどの相談ができないことになりましたが、あなたはそのことについて不便だと思いますか？ (住宅ローン利用者に質問) ■ 不便だと思う ■ やや不便だと思う ■ どちらともいえない ■ あまり不便だと思わない ■ 不便だと思わない <table border="1"> <thead> <tr> <th>回答</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>不便だと思う</td> <td>33.6</td> </tr> <tr> <td>やや不便だと思う</td> <td>31.7</td> </tr> <tr> <td>どちらともいえない</td> <td>18.5</td> </tr> <tr> <td>あまり不便だと思わない</td> <td>8.9</td> </tr> <tr> <td>不便だと思わない</td> <td>7.3</td> </tr> <tr> <td>合計 (不便)</td> <td>65.3%</td> </tr> </tbody> </table> (出所) 全銀協による消費者アンケート結果 (2010年11月)	回答	割合	不便だと思う	33.6	やや不便だと思う	31.7	どちらともいえない	18.5	あまり不便だと思わない	8.9	不便だと思わない	7.3	合計 (不便)	65.3%
回答	割合														
不便だと思う	33.6														
やや不便だと思う	31.7														
どちらともいえない	18.5														
あまり不便だと思わない	8.9														
不便だと思わない	7.3														
合計 (不便)	65.3%														

弊害防止措置	顧客保護および顧客利便上の問題点
融資担当者分離規制 (融資関連規制)	● 顧客の事情を最も把握している担当者から、保険の活用を含めた、総合的な提案を受けることができない。 ● 事業資金融資のニーズがない顧客であっても、顔見知りの融資担当者から保険の提案を受けることができない。 ⇒ お客さまのニーズにかかわらず、外形基準で国民の利便性を制限
知りながら規制 (融資関連規制)	● 基本的に、募集制限先規制、タイミング規制と同じ不便がある。 ⇒ お客さまのニーズにかかわらず、外形基準で国民の利便性を制限 ● 銀行系のリース会社やクレジットカード会社では、自社商品への保険付保に関する弊害も発生している。

(資料11) 保険の加入に関して圧力を感じるケース



(出所) 全銀協による消費者アンケート結果(2010年11月)

(質問) 一般的に、あなたが保険の勧誘を受ける際に、「必ず加入しなければならない」といった圧力や断りづらさを感じるのはどのような場合ですか？
(複数回答)

(末尾参考資料) 銀行による保険窓販のイメージ

- お客さまのライフステージに応じて、タイムリーに、適切な銀行・保険商品を提案。

