

銀行等による保険販売に関する要望

社団法人 日本損害保険代理業協会

要 望

銀行等が募集できる保険契約の範囲を拡大し、
全面解禁としないこと

弊害防止措置の一層の強化

モニタリングの強化

[個人・中小企業を対象とする無記名アンケート調査の実施]

銀行等の圧力募集は存在する

日本代協の調査

融資との抱き合わせ販売が多い

公正取引委員会の調査

「金融機関と企業との取引慣行に関する調査報告書（平成18年6月）
意思に反して加入した割合は50.5%
銀行の関連会社等の商品サービスを購入することの要請も多い
損害保険の加入は38.3%

銀行業本業の処分事例あり

「金利スワップ」の購入を強要など

消費者に対するサービスが低下する懸念あり

基幹商品である自動車保険の特性

普及率が高い

購入の利便性よりも事故時のきめ細かなサービスが重要
損害保険代理店は事故解決に貢献している

銀行等に自動車事故対応ができるのか

募集人の増加は保険契約者負担の増加に繋がる

損害保険の募集人の現状

200万人時代

平成19年3月末現在 199万人

募集人1人あたりの人口および世帯数

人 □ 64人
世帯数 26世帯

募集人の増加は保険契約者負担の増加に繋がる

保険会社間、代理店間のシェアが変わるだけ

膨大な募集人の教育などの管理コスト、最終的には保険料で保険契約者の負担増

最優先課題

信頼回復活動

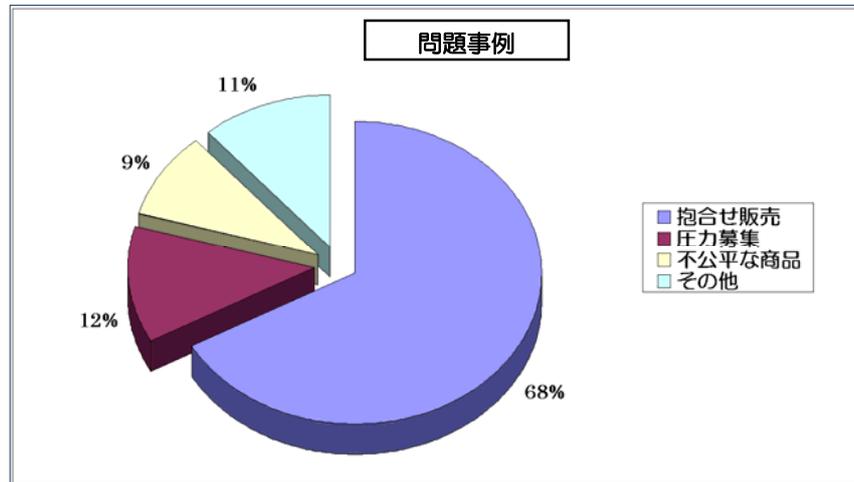
保険金不払い、不適正引受の発生

新しい販売勧誘ルールの定着

銀行窓販の実態

資料 1

(社団法人日本損害保険代理業協会 調べ)



銀行窓販の実態

資料 2

(社団法人日本損害保険代理業協会 調べ)

抱き合わせ販売の具体事例

—千葉県 A地方銀行—

マイホーム建設に際し、銀行から「住宅ローンは火災保険とセットが必須の条件で、契約書にも記載されている。」との説明があり、知り合いの代理店で加入しようとした火災保険を銀行に切り替えられた。

—福井県 B地方銀行—

住宅ローンの申込に際し、融資の担当者より「銀行で火災保険に加入したら、金利を優遇する」との勧誘があり、銀行で契約せざるを得なかった。

銀行窓販の実態

資料 3

(社団法人日本損害保険代理業協会 調べ)

圧力販売の具体事例

—三重県 C地方銀行—

長年に渡り契約されてきた自動車保険が、「融資を受けた銀行からの要請に断り切れず」銀行の関連会社の代理店に切り替えられてしまった。

—東京都 D都市銀行—

関連会社の代理店と同行した銀行の行員から、自動車保険の「大口契約への分担参入の要請があり」融資を受けていることもあり、断り切れずに分担参入となった。

銀行窓販の実態

資料 4

(社団法人日本損害保険代理業協会 調べ)

非公開金融情報漏洩の具体事例

—大阪府 E地方銀行—

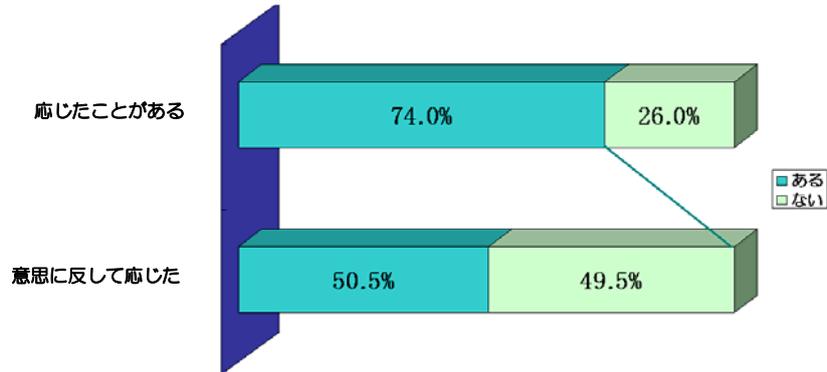
質権設定されている長期火災の満期更改にあたり、本来知らない筈の銀行の関連会社代理店に切り替えられてしまった。本件の「満期情報が、契約者の同意もなく、漏洩した」ものと思われる。

公正取引委員会の調査①

資料 5

(金融機関と企業との取引慣行に関する調査報告書)
公正取引委員会 - 平成18年6月 -

預金以外の金融商品・サービスを購入することの要請



公正取引委員会の調査②

資料 6

(金融機関と企業との取引慣行に関する調査報告書)
公正取引委員会 - 平成18年6月 -

金融機関の関連会社等の商品サービスを購入することの要請
<要請された金融商品・サービス>

