

銀行窓販の 現状と課題

—「全面解禁」を迎え、 生保セールスはいま何をすべきか—

平成19年12月22日。銀行における保険商品の販売が全面的にスタートします。いわゆる「銀行窓販の全面解禁」です。金融自由化の趨勢のもと、銀行、保険、証券の垣根がさらに低くなり、1つの店舗で総合的に金融商品を扱える「ワンストップ・ショッピングサービス」が大きく前進することになりました。国民の利便性の向上が期待される一方、銀行による圧力販売などの弊害も懸念されます。銀行窓販が本格化するのは来年からですが、この全面解禁が生損保業界の販売網に与える影響は測り知れません。本特集では、銀行窓販の現状と課題を探り、銀行の保険販売攻勢に対して、生保セールスが自分の顧客を守るために、いまやるべきことを提案します。

*本特集の内容は、平成19年11月15日時点のものです。

PART I 金融庁主導により銀行窓販は加速された

今から3年半前の平成16年3月、金融審議会金融分科会第二部会では、「銀行等による保険販売規制の見直しについては1年後から段階的に実施。遅くとも3年後には、全面解禁をすることが適当」という答申をまとめ、保険業界に大きな衝撃が走りました。

これを受けて金融庁は、全面解禁に向けて業界との調整、モニタリングなどを行い、解禁に向けての活動を加速させていきました。

銀行における保険商品の販売は、平成12年の保険業法改正により、同13年4月、同14年10月及び同17年12月と順次、取扱商品を拡大してきたのは読者のご存知の通りです

(図表1)。例えば、平成14年に解禁された変額個人年金保険の保有契約高を見ると、強力な銀行の販売力を背景に1年間に1兆3,000億円から3兆1,600億円へと急増しています。

金融庁は、先行解禁から全面解禁に至るまでの期間を準備期間と位置づけ、平成17年12月から今年6月まで、弊害防止措置が有効に機能しているかどうかのチェックを目的にモニタリングを実施してきました。その結果、当局は「概ね銀行等において遵守するための体制整備が行われたと考えられ、規制は有効に機能していた」とし、全面解禁の実施時期の適切性も妥当なものと結論づけ、今回の運びとなったのでした。

図表1 銀行等が販売できる保険商品の範囲の変遷

開始時期	生命保険分野	損害保険分野
第1次解禁 (H13年4月)	住宅ローン関連の信用生命保険	住宅関連長期火災保険 住宅関連債務返済支援保険 海外旅行傷害保険
第2次解禁 (H14年10月)	定額個人年金保険／変額個人年金保険(法人契約を除く) 財形保険	年金払積立傷害保険 財形傷害保険
第3次解禁 (H17年12月)	一時払終身保険／一時払養老保険 保険期間10年以下の平準払養老保険(法人契約を除く) 貯蓄性生存保険(法人契約を除く)	個人向け賠償保険等 積立火災保険等 積立傷害保険
全面解禁 (H19年12月)	定期保険／平準払終身保険 長期平準払養老保険／医療・介護保険 などすべての生命保険	自動車保険／団体火災保険等 事業関連保険／団体傷害保険 などすべての損害保険

全面解禁に向けての攻防戦 「金融審議会金融分科会第二部会」 本誌記者傍聴記

平成19年10月3日、霞ヶ関の中央合同庁舎4号館9Fの金融庁特別会議室で金融審議会金融分科会第二部会の「保険の基本問題に関するワーキング・グループ(第37回)」が開催され、初めて一般公開された。この日は、銀行の窓販全面解禁に向けて大詰め of 審議がされることもあり、傍聴席、プレス席とも超満員、人いきれで熱気が充満していた。

冒頭、金融庁事務局よりモニタリングの結果について、「業務改善命令等が出されるような深刻な法令違反は認められず、個人の事務疎漏や内部管理に起因する問題事例は一定程度発生した状況であった」と報告された。したがって、弊害防止措置は有効に機能し、当初の予定の12月の全面解禁は適切だという見解が表明された。

続いて、生損保、銀行業界の参考人及びワーキング・グループ委員からそれぞれ意見が出された。生損保業界は、解禁は時期尚早であると反論。モニタリングの結果についても、金融庁と業界による調査では大きな開きがあると述べた。

特に、全国生命保険労働組合連合会(生保労連)は、圧力販

売の事例を地域名を挙げて詳細に報告。生命保険ファイナンシャルアドバイザー協会(JAIFA)も、「保障性商品は一生涯をサポートする必要があり、現行の銀行体制では無理」と主張した。これに対し、銀行業界は都銀、地銀、信用組合、信金等、いずれも「全面解禁は顧客の利便性になり、早期の実施が望ましい。言われるような圧力販売は銀行と融資先との関係が逆転している今、ありえない」と正反対の見解を表明。

また、アメリカ経済界を代表する在日米商工会議所は、「全面解禁は世界中が目目している。何年も審議を重ねており12月実施はもはや必至。むしろ弊害防止措置の緩和を望む」と、強く実施を望んだのが印象に残る。

さらに、第三者的立場である大学教授や公認会計士、主婦連合会代表などの各委員は、「各業界とも自分たちの利益ばかりを考え、国民、消費者の目線に立っていない」と批判。概ね金融庁の方針を支持した。

3時間近い審議であったが、「はじめに結論ありき」の印象は拭えない。もはや「全面解禁は是か非か」の段階ではないはずだが、反対、賛成の両意見ともこれまでに再三指摘されてきたことの蒸し返しであったような感である。全面解禁を迎えて、具体的にお互いの業界がどのように連携し、対処していくのか、今後の建設的な審議を期待したい。

PART II 銀行にかかる、これだけの「規制」

かつては、生命保険は生命保険会社というように、損害保険会社、証券会社、信託銀行、銀行がそれぞれ固有の金融商品を発売し、棲み分けができていましたが、金融自由化の進展によって、業界間の垣根が段階的に低くなり、ついに、この12月22日から、銀行で保険を含むほとんどの金融商品をお客さまは購入することができるようになります。いわゆる「ワンストップ・ショッピングサービス」の実現です。

確かに銀行の利用者にとっての利便性は向上しますし、販売側である銀行もコンサルティングをするうえで、さまざまな金融商品を組み合わせて提案できるという利点もあります。さらに、銀行を利用する顧客にとって銀行の信頼度は高く、銀行の顧客への影響力も非常に強いことから、これまで保険販売に従事していた者にとって、銀行による販売が全面解禁されることは脅威といえます。

しかし、銀行の保険販売にあたっては、さまざまな規制が設けられています。お客さま保護の立場から、保険販売をする我々が、設定されているこれらの規制について、しっかりと認識する必要があります。

1. 銀行等で販売されるすべての保険商品にかかわる規制

1 預金との誤認防止

（根拠：銀行法12条2、銀行法施行規則13条5）

銀行等が生命保険を販売するにあたっては、お客さまが「預金等」と誤認することがないように、①預金等ではないこと、②預金保険の対象にならないこと、③元本（払込保険料等）の返済が保証されていないこと、④契約の主体、⑤その他参考となると認められる事項について、書面の交付その他適切な方法により説明を行わなければなりません。

銀行の支店などで募集する場合は、特定の窓口において取り扱い、上記①～③のことをお客さまの目につきやすいように掲示することが必要です（④～⑤は任意）。生命保険だけではなく、銀行窓口で取り扱う他業態の商品全般については、特定の窓口でのみ募集が可能です。つまり、通常に預金を扱っている窓口での保険の募集や、預金窓口には保険募集資料を置くことは法律で禁止されています。

お客さまの中で、通常預金窓口で保険募集をされた方がいらっしゃいましたら、これは違反行為にあたります。

また、営業店の窓口ではなく、お客さまのご自宅などで販売された場合は、より一層の預金誤認防止への注意が必要になっています。保険会社は「契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）」などの「契約概要」部分に、預金との誤認防止に関する事項を記載しています。

図表2 誤認防止の記載例

この商品は、〇〇生命を引受保険会社とする生命保険商品^④です。このため預金等とは異なり、預金保険の対象ではない^⑤①、元本の返済が保証されておりません^②③。

お客さまが自宅などで銀行等からの生命保険に加入した

という場合には、この部分を銀行等からしっかりと説明していただいたかを確認してみてください。

2 金融機関が保有する情報の利用制限

（根拠：保険業法275条・306条・307条、保険業法施行規則212条2項1号、監督指針Ⅱ-3-3-9-2）

金融機関が保有している情報はいろいろありますが、この情報を非公開金融情報・非公開保険情報に区分して、保険募集に利用することには制限が設けられています。

図表3 非公開金融情報と非公開保険情報

非公開金融情報	銀行等が保険募集に係る業務以外の業務において知り得た、顧客の預金、為替取引、資金の借入、その他金融取引または資産に関する公表されていない情報
非公開保険情報	銀行等が保険募集に係る業務において知り得た、顧客の生活、身体または財産その他の事項に関する公表されていない情報 例：保険契約の有無・保険料・保険金・給付金・解約返戻金もしくは配当金の有無及び金額に関する情報等

保険販売業務とその他業務の間でお客さまの同意を得ることなく非公開情報を流用することを禁止するもので、銀行等が安易に情報を流用することで有利な保険販売を行うことや、銀行等による圧力販売を防止することを目的としています。銀行がこれらの情報を利用するにあたっては、お客さまから事前にこれらの情報を活用することの同意を得なければならないことになっています。

保険を募集するために、預金残高などをチェックして顧客をリストアップすることは、非公開金融情報の利用に該当します。しかし、お客さまの属性情報については非公開金融情報・非公開保険情報には該当しませんので、例えば年齢のみでリストアップすることは可能です。

図表4 属性情報例

氏名・住所・電話番号・年齢・性別・生年月日・職業・勤務先の情報・メールアドレス、その銀行で保険に加入・口座を保有しているという事実のみ

例えば、今年60歳になるサラリーマンの方だけをリストア

ップすることは問題ありませんが、例えば預金残高が1,000万円以上の方をリストアップする行為は抵触します。お客さまに「預金1,000万円以上の皆さまに、今回この保険のご案内をしています…」といったお話があった場合などは、この非公開金融情報を利用してリストアップされたことになりますので、こういったことも禁止行為であることを知っておきましょう（図表5参照）。

図表5 保険を募集する行為

該当	●保険契約の締結の勧誘（勧誘を目的とした保険商品の内容説明を含む） ●保険契約の申込みの受領 ●その他保険契約の締結の媒介 ●保険募集だけのために一定金額以上の預金を有するものの選定を行う準備作業
非該当	●個別の商品を広告として新聞等に掲載すること ●金融機関作成の情報提供誌において個別の保険商品の掲載または記事での紹介 ●保険申込書を含まない単なるパンフレットの送付または配布（原則）

このことから、単なる商品案内チラシの配布や、金融商品説明会やセミナーでの一般的な保険商品の仕組み・活用方法等の説明などは保険募集には該当しないと考えられています。

3 事前同意

（根拠：保険業法275条・306条・307条、保険業法施行規則212条2項1号、監督指針Ⅱ-3-3-9-2）

銀行などで生命保険を募集するにあたっては、「保険募集にあたっての事前同意」をお客さまからいただく必要があります。つまり、銀行として、保険募集をする前に、お客さまに今から保険募集をすることをしっかりと認識していただくことが必要になっています。

保険募集に先立って書面を交付し説明の上で、書面による同意（書面に署名など）を得る方法、または口頭同意のうえ、そのことを記録し契約申込みまでに書面で同意を得る方法のどちらかが取られています。お客さまからどちらの同意も得ずに保険募集が行われた場合は、違反行為となりますので、しっかりと認識しておく必要があります。

また、郵送や電話、インターネットなどを用いた銀行に

よる最近の保険募集についても、それぞれの方法で確認が必要になっており、この場合にも注意が必要です。

この同意を得たことの記録および同意書面を保存することは必要とされており、銀行ではこの書面の保存のチェックについてしっかりと行っているようです。同意書には、この保険商品が銀行預金とは違うことのほか、お客さまの保険加入の有無によって当該銀行等との住宅ローンなどその他の取引に影響しないことの説明も行われています。

お客さまが、「生命保険に加入して保険証券が届いたあとから銀行の担当者がこの『生命保険募集にかかる同意書』が頂けてなかったの、書面へのサインの依頼を受けた」という話を聞いた場合、あなたならどんなアドバイスをされますか。こういった募集にかかる手順などについても的確に説明できるようにしておきたいものです。

このケースは、契約の成立としては、商品性等の説明もしっかり受けて納得しているのであれば問題はないと思いますが、募集にあたっての行為としては、違反行為にあたります。もし、お客さまが商品性にも納得されていないようであれば、この問題はもっと大きなものになりますので、募集行為に違反がなかったか、再確認してみる必要があります。

2. 第3次解禁（平成17年12月）以降の保険商品にかかわる規制

平成17年12月からスタートした一時払終身保険などや、今年12月22日から全面解禁される商品は、さらに規制が強化されます。つまり、第1次・2次で解禁された、団体信用保険や財形保険、個人年金保険以外の保険販売をする場合には、これまでより厳しい規制があるということになります。

1 販売先に関する制限

（根拠：保険業法275条・300条1項9号・306条・307条、保険業法施行規則212条3項1号・2号・234条1項9号、監督指針Ⅱ-3-3-9-4①）

銀行が「銀行等生命保険募集制限先」といわれるお客さ