

WTO 加盟後の中国生保市場の変化に関する実態考察

－生保商品、募集チャネルおよびトラブルの実態分析を中心に－

保険研究部門 主任研究員 沙 銀華

saginka@nli-research.co.jp

<要旨>

1. 中国では WTO 加盟に伴い、保険市場も逐次開放され、外資保険会社が進出し易い環境づくりが急速に高まるその一方で、中国系保険会社も業務拡大や営業拠点を拡充するなどの整備を進めている。ところが、中国国内の経済環境も大変厳しくなっており、株価の急落、金融機関の不良債権問題、失業者急増などの経済問題が、保険業界にもブレーキを掛けつつある。こうした環境の中では、保険市場での競争は一層激しくなり、新商品の開発、新しい募集チャネルの構築など、新たな動きが注目されている。
2. 80 年代後半から 90 年代にかけて、生保の主力商品は、定期保険、終身保険、養老保険などを中心とする無配当の伝統的な保障型商品であった。90 年代後半以降の銀行預金金利の急激な低下によって、これらの商品に日本と同様の逆ざやの問題が生じるに至ったが、その問題を緩和するため、1999 年に投資連結保険（変額保険）が導入された。しかし、2001 年後半から、株式市場の低迷の影響で、投資連結保険など投資型保険商品の運用実績が悪化し、トラブルが急増した。その結果、投資型保険商品の人気は急激に下落し、生保会社の逆ざや改善への希望は徐々に薄れたが、その代わりに、配当付き生保商品が人気急上昇した。2002 年に入り、生保会社は、銀行と連携して貯蓄型の簡易生保商品を開発し、それを銀行の営業拠点の窓口で販売するというブームが起きている。
3. 中国では、市場の主体に当たる生保会社、各保険仲介業者、個人保険代理人などが、完全に市場経済のルール、または金融サービス産業の規則に基づいて動いているわけではなく、一部の生保会社、各保険仲介業者、生保募集の個人保険代理人を含むサービスを供与する側と保険契約者などを代表するサービスを需要する消費者側との間で、常にトラブルが発生し、消費者の利益を保護する関係法律の整備が遅れているため、消費者側の利益が損なわれたケースが目立っている。
4. WTO 加盟後の中国生保市場には今後ますます成長できる潜在力があり、大変有望な市場であることは間違いないが、この市場が先進国のように成熟しているわけでもない。特に、保険経営者と消費者との対立、消費者のニーズに合わせた商品設計の不足、保険に関する法整備の遅れ、保険監督官庁の監督体制の不十分さなど、様々な問題が未だ多く存在しているため、どのようにクリアするかが今後の重要な課題となる。

<目次>

I. はじめに	80
II. 中国生保市場の現状	80
1. 保険料収入	80
2. 生保市場の変化と流れ	81
3. 外貨保険業務の規制緩和	83
III. 最近の人気商品	85
1. 生保商品の分類	85
2. 投資型保険商品の興隆と衰微	86
3. 栄えている配当付き保険と医療保険商品	90
4. まとめ	92
IV. 生保募集チャンネルの多様化	93
1. 生保募集チャンネルの概況	93
2. 保険代理人制度の概要	94
3. 生保募集の主力である個人保険代理人制度	98
4. 銀行窓販の活用	103
5. 他のチャンネルの活用	108
6. まとめ	111
V. 生命保険募集を巡るトラブルに関する考察	113
1. トラブル解決に関わる諸団体	113
2. 法律・行政規定による保険募集に関する禁止行為	114
3. 規制対象	116
4. 保険募集トラブルの実態と問題点	117
VI. おわりに	126

I. はじめに

中国ではWTO加盟に伴い、保険市場も逐次開放され、外資保険会社が進出し易い環境づくりが急速に高まるその一方で、中国系保険会社も業務拡大や営業拠点を拡充するなどの整備を進めている。ところが、中国国内の経済環境も大変厳しくなっており、株価の急落、金融機関の不良債権問題、失業者急増などの経済問題が、保険業界にもブレーキを掛けつつある。

こうした環境の中では、保険市場での競争は一層激しくなり、新商品の開発、新しい募集チャネルの構築など、新たな動きが注目されている。

本稿では、WTO加盟後の中国保険市場の動きを捉え、生命保険商品の変化、銀行窓口販売、生命保険募集に関するトラブルの発生原因などについて、その最新の動きを紹介し分析したい。

II. 中国生保市場の現状

1. 保険料収入

中国において、生保（人寿保険）市場の成長率は高く、図表-1のとおり、人寿保険の保険料収入は、2001年で、1,424億人民元（対前年42.8%増、約2.1兆円に相当）、2002年に、2,275億人民元（対前年59.8%増、3.4兆円に相当）と急伸している。

2001年の保険料収入の内訳を分析すると、配当付き保険は262.95億円で、59.39%を占め、前年度より262.95億元増加し、投資型保険は146.91億円で、20.33%を占め、前年度より124.98億元増加し、無配当保険は868.68億円で、12.43%を占め、前年度より54.78億元増加した。

ところが、2002年の保険料収入の内訳を分析すると、配当付き保険は1121.72億円で、前年度より849.07億元増加したが、投資連結保険103.38億元になり、43.53億元減少した。同じく、無配当保険も前年度より減少した。2003年の統計はまだ出てないが、配当付き保険と銀行窓販のシェアが圧倒的であることは予測できる（図表-2）。

図表 - 1 保険料収入の推移（1999年－2002年）

単位：億人民元

	1999年	対前年度の 伸び率	2000年	対前年度の 伸び率	2001年	対前年度の 伸び率	2002年	対前年度の 伸び率
保険料収入	1393	N	1596	14.57%	2109	32.14%	3053	44.76%
財産保険	521	N	598	14.78%	685	14.55%	778	13.58%
人寿保険	872	N	997	14.33%	1424	42.83%	2275	59.76%

（注）本表では1999年度の対前年度の伸び率は省略。

（資料）「中国保険年鑑」各号（中国保険年鑑編集部出版）と中国保険監督委員会HPのデータより作成。

図表 - 2 主な生保商品の伸び率（2000年 - 2002年）

単位：億人民元

	2000年 保険料収入	2001年 保険料収入	前年度 比増加額	2002年 保険料収入	前年度 比増加額
配当付き保険	9.7	272.65	262.95	1121.72	849.07
投資型保険	21.93	146.91	124.98	103.38	-43.53
無配当保険	813.9	868.68	54.78	847.7	-20.98

（資料）「中国保険年鑑 2002」（中国保険年鑑編集部出版）より作成。

2. 生保市場の変化と流れ

改革開放路線が実施されるまで、中国では近代的な保険事業はほとんど展開されておらず、特に個人を対象とする生命保険商品は、簡易保険⁽¹⁾を除いて、ほとんど販売されていなかった。つまり、改革開放以降、80年代から近代的な保険事業が本格的に始まったと言える。80年代以降の生保市場変化は激しいが、商品に着目して分析すると、概ね次の4つの段階に分けることができる。

第1に、伝統的な保障型生保商品を主力商品とする段階。

80年代後半から90年代の前半まで、生保の主力商品は、定期保険、終身保険、養老保険などを中心とする無配当の伝統的な保障型商品であった。

その頃、中国は深刻なインフレであり、銀行の定期預金の利率は10%前後（1995年7月現在、定期預金の利率は、一年物 10.98%）であったが、銀行からインフレ補助金利⁽²⁾が出る時代であったため、生保会社は、生保の予定利率を、当時のインフレ水準を考慮し、やや高く 8%前後に設定するケースが多かった。

当時は、子どもを対象とした商品（児童教育保険、児童傷害保険）も、かなり売れており、これは、中国の一人っ子政策との関連性が強いとみられる。

第2に、投資連結保険など投資型保険商品を主力商品とする段階。

激しいインフレが収まり、定期預金の利率も、8回に渡って引き下げられた後、一年物は 1.98%（2002年12月現在）に定着する状態になり⁽³⁾、生保会社は利差損（逆ざや）に耐えられなくな

(1) 当時の簡易保険は、日本の郵政簡易保険から学び、作成されたものであるが、50年代以降、70年代前半まで、団体傷害保険しか販売していない状況であった。

(2) 95年7月当時、中国における銀行の普通定期預金の利率は、1年物 10.98%、2年物 11.70%、3年物 12.24%、5年物 13.86%であった。ところが、中国の物価上昇率は、20%を超えている（1994年の物価上昇率は、21.70%、消費者物価の上昇率は、24.10%、都市消費者物価の上昇率は 25.00%）。このように物価上昇率が銀行の貯金利率を超過する状況によって、銀行側が預金者に約 11%前後のインフレ補助金利を支給することになった。

(3) 8回に渡って引き下げられた定期預金の利率（1年物）は次の通りである。① 1996年5月11日、9.18%、② 1996年8月23日、7.47%、③ 1997年10月23日、5.67%、④ 1998年3月25日、5.22%、⑤ 1998年7月1日、4.77%、⑥ 1998年12月7日、3.78%、⑦ 1999年6月10日、2.25%、⑧ 2002年3月25日、1.98%。

った。

既存契約の逆ざやの問題の解決はなかなか難しいが、新規保険契約の逆ざや問題が生じるのを防ぐため、1999年10月、平安保険会社はイギリス、シンガポール、アメリカなどの経験から学び、投資連結保険（変額保険）という投資型保険商品を導入した。監督官庁である保険監督管理委員会は、逆ざやを解決する有効な手段として、これを各生保会社に勧め、その結果全国に急速に普及することになった。平安保険会社の「投資連結保険」が大幅に増加するとともに、投資連結保険と似た投資型保険商品である「万能保険」（太平洋保険会社のみ）も人気となった。それからの2、3年間、投資型保険商品が急増し、一時は、投資型保険商品が市場での一番の売れ筋商品になった⁽⁴⁾。ところが、このような状態は長くは続かなかった。2001年後半から、生保市場では、投資型保険商品の人気は急落している。

第3に、配当付き生保商品を主力商品とする段階。

株式市場の低迷の影響で、投資型保険商品の運用実績が悪化し、また、投資連結保険商品に関するトラブルが多発したため、投資型保険商品への関心は急速に冷めた。それに代って、配当付き生保商品が保険市場の売れ筋になり、ほとんどの生保会社が、配当付き生保商品を主力商品として販売している。また、一部の会社ではその種類の商品のみを販売している。たとえば、安聯大衆保険会社（ALLIANZと上海大衆の合弁生保会社）などである。

配当付き商品は、終身、養老、年金保険に保険会社の運用実績に応じた配当を付けたパッケージ型商品である。各生保会社は、生保商品の保障性を重視すると同時に、少々投資性も付くという方式で、消費者の投資心理に合わせるように伝統的な生保商品を配当付きとセットにし、市場で主力商品として販売している。

第4に、銀行窓口販売による簡易型生保商品を主力商品とする段階。

2002年に入り、生保会社が、銀行と連携して貯蓄型の簡易生保商品を開発し、銀行の営業拠点の窓口を利用して販売するというブームが起きた。銀行窓販最大の特徴は、販売コストを大幅に節約できるということである。2002年11月までの銀行窓販の保険料収入は約50億人民元になり、同期の新規生保契約の保険料65億人民元の約77%を占める。

また、上海地区において、銀行窓販の保険料収入は各生保会社の保険料収入の半分ぐらいを占めることがニッセイ基礎研究所の調査で分かった⁽⁵⁾。

直近では、外貨保険業務が導入されている（この点については、次の節で詳細に解説し分析する）が、上記のように中国の生保市場は激しく変動している。

⁽⁴⁾ 投資連結保険に関する詳しい状況は、拙稿の「中国におけるヒット生保商品－中国版変額保険（投資連結保険）について－」ニッセイ基礎研 REPORT（2001.5）、「投資連結保険利弊談」（中国語）中国保険報、2001.12.25を参照されたい。

⁽⁵⁾ このデータは、ヒアリングベースである。

3. 外貨保険業務の規制緩和

中国系および外資系保険会社は、外貨で保険業務を展開することができるようになった。これは、2002年11月1日、保険監督管理委員会と国家外為管理局が共同で外貨保険に関する行政規定「外貨保険業務の管理に関する暫定規定」（以下、「暫定規定」と略す）を公布し、同日より実施したことによって、外貨保険業務の規制が緩和されたためである。この暫定規定は、行政規定であり、7章56条より構成される。

外貨保険業務とは、保険契約の約定に従って、保険料の支払い、保険金の給付を外貨建てで行う営利保険をいう。外貨財産保険、外貨人壽保険、外貨再保険を含む。

(1) 外貨保険業務を営む条件

保険会社が外貨保険業務を運営するには、次に掲げる主に2つの条件が必要となる。

第1に、法人格を有し、資本金が5億人民元以上である場合、その資本金の中に、500万米ドル以上、または同額の外貨を含むことである。資本金が5億人民元未満の場合は、200万米ドル以上、または同額の外貨を含むことが求められる。

第2に、国家外為管理局が認める資格を有する外為業務の主管責任者がいることである。

この2つの条件を満たす場合、保険会社は国家外為管理局に申請し、同局の許可が得られれば、「外国為替業務の経営許可証」を受領する。この許可証は保険会社が法律に基づいて、外貨保険業務を運営する法的証明書であり、その有効期間は3年である。

(2) 外貨保険の対象

外貨保険の対象は暫定規定で次のように定められている。

第1に、次に掲げるa、b、cのいずれかを満たし、かつdに該当する場合は、財産保険（日本の「損害保険」と類似）の対象になる。

- a 保険の目的が中国国内と海外との間で移動するもの、
- b 保険の目的が海外に存在、または海外で形成されたもの、
- c 保険の目的が中国国内に存在するが、国際リース、国際借款、または国際融資形式を経て、国内に存在、または国内で形成されたもの、
- d 保険契約者と保険金受取人は、すべて海外の法人または自然人であること、

第2に、次に掲げる状況のいずれかに該当する場合、人壽保険（日本の「生命保険」と類似）の対象になる。

- a 保険契約者が、海外法人の中国現地法人または中国に駐在する機構で、被保険者はそれらの海外法人・駐在機構の職員・労働者であり、保険金受取人が海外の自然人である場合、
- b 中国国籍の住民は、海外で適用される人身傷害保険及び医療保険に参加すること、

b) に関して補足すると、例えば、中国国籍の住民が、海外に旅行、留学し、海外で発生した保険事故を保障する傷害保険、医療保険に加入する場合、外貨保険の対象になる。

上記の条件を満たさなければ、外貨保険に加入することはできず、中国人民元ベースの保険商品に加入することになる。

(3) 商品

外貨保険商品は、保険料や保険給付金などの金銭の授受、各種準備金の積み立て、特別勘定内の外貨に関する資産運用などが外貨で行われることを除けば、商品の構造、設計、内容については、人民元保険商品とほぼ同様である。しかしながら、留意しなければならないのは、外貨保険商品は保険監督管理委員会の認可を得た商品の種類が限定されていることである。

たとえば、中保康聯人寿保險有限公司（中国人寿保險公司与オーストラリアのコロニアルの合弁会社）は、2002年11月、いち早く国家外為管理局から「外国為替業務の經營許可証」を受領し、外貨保険業務の運営権を獲得した。現在、同社は海外在住の中国人留学生を対象とする「留学生計画」という傷害保険商品を開発し、保険監督管理委員会の認可を得て、すでに販売にまで至っている。

(4) 懸念

外貨保険については、いくつかの問題を解決する必要がある。

第1に、外貨保険に加入できる者（保険契約者）について、財産保険の場合、「すべての海外の法人または自然人」と定めており、換言すれば、海外に在住する中国国籍の者と海外から中国に就労、駐在する中国大陸の居住権を有しない外国人及び香港、マカオ、台湾（以下、「港澳台」と略す）に居住する者が該当すると推定されるが、人寿保険 a 場合、「海外法人の中国現地法人または中国に駐在する機構で、被保険者はそれらの海外法人・駐在機構の職員・労働者であり、保険金受取人が海外の自然人」で、要するに、人寿保険 a は、海外に在住する中国国籍の住民を除く、団体保険であり、個人保険は認めないようである。そうすると、個人向けの人寿商品が何故販売できないか、疑問が残る。

第2に、団体人寿保険の保険金受取人は、団体ではなく、「海外の自然人」であると条件として定めているが、「海外の自然人」には、外国に永住権を有し他の国籍を有する者が含まれていることは分かるが、港澳台の「永住権」またはそれらの地区の「住民権」を有する者が含まれているかどうかについては、不明確である。

第3に、外資保険会社は未だに団体人寿保険業務を営むことはできない状況であるため、外貨保険の業務範囲は小さく、外資保険会社にとって、外貨保険商品を開発するかどうかは、大変戸惑うところである。

Ⅲ. 最近の人気商品

1. 生保商品の分類

中国の生保商品は、様々な保障内容、各種類の保険を組み合わせ、一つのパッケージとして設計されている。最近、流行している配当付き商品は、ほとんど、終身、養老、年金保険と配当を合わせたパッケージ型商品である。

ここで、中国の分類方式に従って、基本商品を紹介する。

(1) 定期保険

定期保険については、数年前と比べても、あまり変化はなく、ほとんどの会社は、別の保障内容と組み合わせ、パッケージ商品として販売している。

たとえば、中国人寿保険会社の「康寧定期保険」は、重大疾病保障、死亡保障と高度障害保障が主な部分となり、払込免除条項が付いている商品であるが、その中で、医療保険部分が、かなりの割合を占めている。

一部の外資系保険会社は、定期保険を主契約ではなく、特約として販売しており、たとえば、安聯大衆人壽保険会社は、「定期寿險附加合同」を特約として取り扱っている。

(2) 終身保険

終身保険は単独でも販売されるが、配当、医療保険、および貯蓄型保険とパッケージにするケースもある。パッケージ型にする理由は、伝統的な生保商品はあまり売れず、別の人気商品とパッケージにすると、売れやすいという見方が強いからである。

(3) 養老保険

養老保険も終身保険とほぼ同様の状況である。

たとえば、中国人寿保険会社には、「鴻寿年金養老保險一分紅型（配当付き）」という商品があるが、その商品について、次のような宣伝資料がある。「保険料を納めれば、毎年配当があり、仮に配当率を6%で計算すると（2000年、中国人寿の配当率の実績は15%⁽⁶⁾）、……」

このような宣伝について、適当かどうかは別としても、養老保険はやはり配当付きにするのが、今の中国生保市場の流れと見た方が良い。

⁽⁶⁾ 実際はそうに高い配当率はなかった。これは、日本の「保険業法」では、「虚偽のことを告げる行為」に当たると解する。

(4) 年金保険

年金保険を単独で販売するケースは少ない。上記のように別の型のもものと組み合わせるのが一般的である。

(5) 傷害保険

生保会社が販売する傷害保険は、品種が少ない。普通は特約に入れるという形が多い。ところが、最近、AIGの子会社であるAIA（友邦人寿保険公司）は、「友邦永安総合個人意外傷害保険」を発売した。当該商品の対象者は、50歳から75歳までの中高年者であり、健康診断なしで保障が受けられるというのが特徴である。保障の範囲は、普通の意外傷害保険と変わらず、死亡保険金、後遺症保険金等であるが、入院補助金も給付される。

(6) 団体保険

団体保険は、個人保険とほぼ変わらないが、注目されるのは、社会保険の医療保険を補完する商品が存在するという点である。たとえば、中国人寿保険公司には、「団体補充医療保険」がある。現在、外資系生保会社は、団体保険の販売をまだ禁じられている。

(7) こども保険

こどもに関する生保商品は、生存保険と生死混合保険を中心としているが、傷害保険も人気がある。たとえば、太平洋保険公司の「少児両全保険」や中国人寿保険公司の「英才少児保険」は生死混合保険であり、中国人寿保険公司「子女教育保険」は生存保険である。安聯大衆人寿保険公司の「聯衆親親寶貝少児医療保険計画」は傷害保険である。

(8) 投資型、配当付き型

投資型保険商品は、1999年10月から導入され、その代表的なものが、平安保険公司の「投資連結保険」である。この商品は、一時、急速に人気を上げたが、その後、急激に人気落ちた。最近では、配当付き型保険が一番人気に上昇している。

(9) 特約

各生保会社の特約は、ほとんど傷害保険と医療保険が中心になっている。注目されるのは、がん保険特約などの新種保険である。

2. 投資型保険商品の興隆と衰微

前述したように投資型保険商品は、導入された後急速に人気となったが、急激に人気落ちて

いる。その短期間の興隆と衰微の原因を捉えてみよう。

(1) 導入時の状況

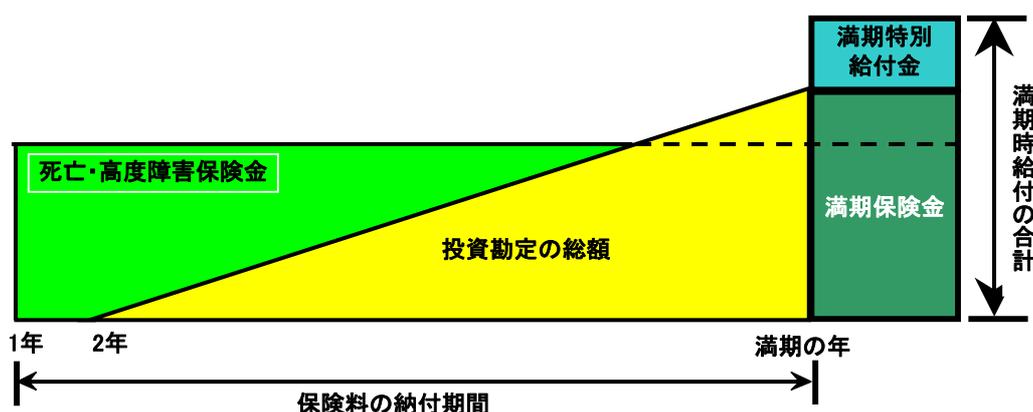
1999年10月から、生保市場に中国版変額保険「投資連結保険」が登場した⁽⁷⁾。その当時、「利差損」(逆ザヤ)問題で深刻に悩んだ人寿保険公司(生命保険会社)は、生保販売が鈍くなっており、その苦境を改善するため、欧米諸国で成功した生保変額保険商品を導入することを決め、監督官庁である保険監督管理委員会の認可を得て、その発売にこぎつけた。

ひと足早くこの商品を導入した平安保険公司で、伸び率が鈍かった生保商品の販売が一転して絶好調となったため、その後、各生保会社が追随し、伝統的な生保商品にかえて、この投資型保険商品を主力商品として全力を掛けて販売するようになった。保険事業が進んでいる上海のみならず、広州、大連、南京など都市においては、当該商品の保険料収入が、一時は新規契約生命保険料収入の総額の40%を占め、全国的にも一番の人気商品となった。

(2) 商品の仕組み(平安保険公司の「投資連結保険」の例)

保険期間は、10年、15年、20年および25年、の4つの種類がある。保険料については、口数方式となっている。1口目の年間保険料は、1,260人民元(約17,700円)であり、2口目以降は、1,200人民元である⁽⁸⁾。購入口数については制限されていない⁽⁹⁾。そのイメージは、次の図表-3の通りである。

図表-3 投資連結保険のイメージ図



(資料) 中国平安保険公司のHPのイメージ図より修正し作成する。

(7) 中国版変額保険「投資連結保険」は、日本の外資生保会社クレディ・スイス生命保険会社の「ユニット・リンク保険」という変額保険とよく似ている。「ユニット・リンク保険」は、死亡保険金額が一定で、満期保険金額や解約返戻金額が特別勘定資産の運用実績に基づいて変動(増減)する仕組みの保険である。

(8) 「投資連結保険」の保険料の支払い方法は、年払いのみである。「ユニット・リンク保険」の場合、いろいろな支払い方法があり、月払い、半年払い、年払いから選択できる。また、一時払いを選択することも可能である。

(9) 「投資連結保険」に関する詳細な仕組みについては、拙稿「中国におけるヒット生保商品ー中国版変額保険「投資連結保険」についてー」ニッセイ基礎研 REPORT (2001.5)を参照されたい。

保険契約者が納付した保険料は、固定保険金勘定（以下、「固定勘定」という）と投資特別勘定（以下、「投資勘定」という）⁽¹⁰⁾ に配分され運用される。

固定勘定へ配分された保険料は、この保険の定額保障と経費に充当される。被保険者が保険期間内に、万が一保険事故が発生し、死亡・高度障害になった場合、死亡・高度障害保険金が給付される。満期を迎えた場合、この部分は、満期特別給付金（定額）という形で被保険者に給付される。

投資勘定へ配分された保険料（資金）は、中国政府が認める資産運用方法、すなわち、銀行への預金、国債の購入、証券投資基金への投資などを利用して運用される。このうち、「証券投資基金への投資」は間接的な株式投資である。保険会社の資金を直接証券市場へ投資することは禁止されているが、証券投資基金という仕組（日本の投資信託のようなもの）を通じた間接的な投資は認められている。運用で得られた利益、および損失は月毎に投資勘定に反映される。

固定勘定と投資勘定への配分の割合は、契約後の年数により異なる。1年目には、その年の保険料の全額が固定勘定へ投入される。2年目には、その年の保険料の約81%が固定勘定へ配分され、残りの約19%が投資勘定へ配分される。3年目以降は、その年に納入した保険料の83.8%が投資勘定へ配分され、残りが固定勘定へ配分される（図表—4）。

図表—4 保険料の配分表

	年間保険料	投資勘定への配分	固定勘定への配分
契約1年目	1 2 6 0 元	0	1 2 6 0 元
契約2年目	1 2 6 0 元	2 4 0 元	1 0 2 0 元
契約3年目以降	1 2 6 0 元	1 0 5 6 元	2 0 4 元

（資料）平安保険公司「投資連結保険」約款より整理。

一方、給付は次の通りである。

満期を迎えた場合は、「投資勘定の時価残高（満期保険金）+満期特別給付金（1880 元）」が支払われる。保険期間の途中で死亡または高度障害状態となった場合は、加入年齢、保険期間に応じて定められた固定金額が支払われる（投資勘定の残高がこの固定金額を上回る場合は投資勘定の残高が支払われる）。

⁽¹⁰⁾ 平安保険公司の投資勘定は4つある。第1は、「平安発展投資帳戶」（平安発展投資勘定）で、開設は2000年10月である。第2は、「保証収益投資帳戶」開設は2001年3月である。第3は、「平安基金投資帳戶」開設は2001年3月である。第4は、「平安価値増加帳戶」開設は2003年9月である。

「ユニット・リンク保険」の場合、保険料を運用する特別勘定は、日本株式型、日本株式積極運用型、米国株式型、欧州株式型、世界株式型（為替ベッジなし）、世界株式型（為替ベッジあり）、世界債券型、金融市場型、グローバル・バランス型、9つの特別勘定から選択することができる。また、他の特別勘定の将来の運用成果が期待される場合には、現在の特別勘定の積立金の全部または一部を他の特別勘定に移し換えることもできる。

(3) 生保市場で一時的に人気になった原因

前述のように、1999年10月、保険監督管理委員会の認可を得て、市場に「投資連結保険」という名の商品が登場した。その後、保険監督管理委員会の副主席は、「WTOへの加盟とチャレンジ」という上海での国際的な保険セミナーで、「投資連結保険」を大きく推奨した。中国すべてのマスコミを総動員し、この商品について、宣伝を始めた。市場の反応は、予想以上に良かった。

生保市場で投資連結保険が人気となった理由は、中国の人々の投資意識が強いという伝統と関係がある。保険に加入することは投資手段の一つであるという意識が強く、生保の保障性をあまり求めないため、保障性の高い掛け捨て死亡保険シリーズの生保商品は人気がない。歓迎されるのは、貯蓄性または投資性の高い生保商品である。投資連結保険は、投資性が高く、生保の保障性もある程度備えているため、人々のニーズに完全にマッチし、急に人気が高くなったようである。中国では、株式に投資する個人投資家が大変多く、特に沿海部の大都会には多い。株式への直接投資はリスクが高く、投資と保険機能を両方備えている投資連結保険のほうが安全性が高いだろう、という考え方をもち人が急増したことも人気となった原因の一つである。

(4) 急速に衰勢をたどった原因

2001年後半から、投資環境が悪化し、株式市場の低迷の影響で、投資型保険商品の資産運用の利回りが悪くなり始めた。下記の「**図表-5 投資勘定の資産運用実績**」を分析する⁽¹¹⁾と、平安保険会社の資産運用実績は、急速に下落し、2001年7月にマイナス2.95%になり、その後、だんだん悪化し、2002年7月までの間、資産運用の実績は、乱高下した。それ以降、零(0%)を軸にして小幅に上下浮動し、特に、2003年7、8、9月の3ヶ月は連続マイナスになった。これにより、投資型保険商品は大きなダメージを受け、急速に衰勢をたどっている。

⁽¹¹⁾ この点について、投資型保険商品が人気絶頂だった時点(2001年5月)に、筆者は、次のような見解を発表した。

「当該保険の投資勘定に関する資産運用について、いくつかの疑問点がある。

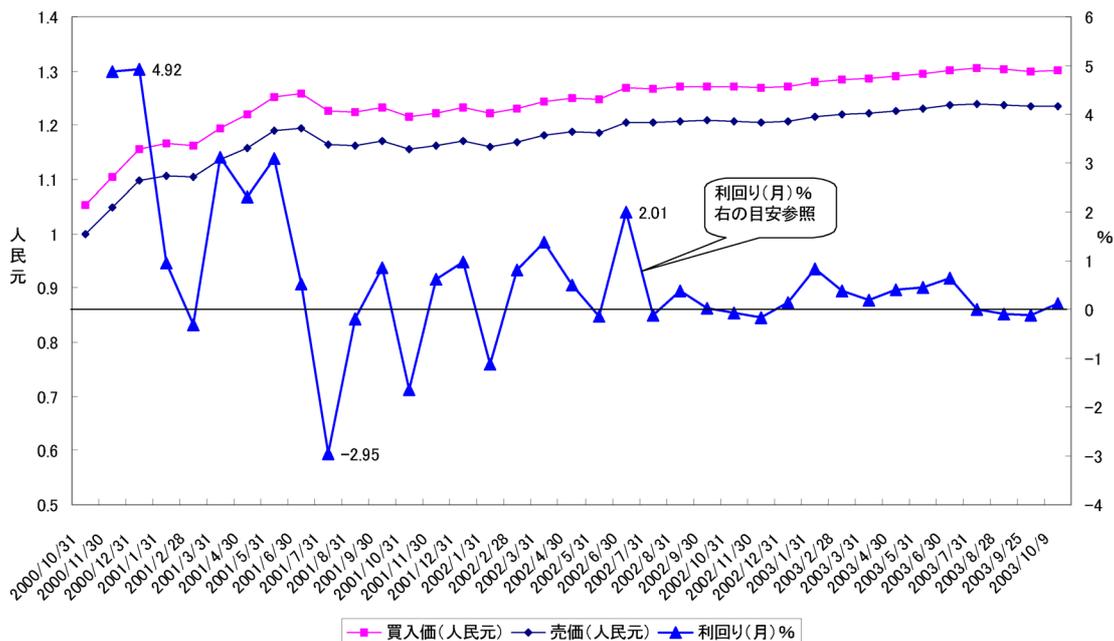
第一に、最初の2ヶ月の非常に高い利回りに対する疑問である。調べたところ、開示された資産運用実績が絶好調の2000年10月と11月では、上海証券取引市場、深圳証券取引市場はいつものとおり、特別に大きな変動がないようである。また、その当時、投資勘定の資産運用の方法は、前記したように制限されていた、すなわち、銀行への預貯金、国債・金融債券への投資が、ほぼ投資勘定資金の約70%を占め、間接的な証券取引市場への投資は、最大でも30%までという現状の中で、月の利回りが、4.6%以上(年で換算すると利回り56%以上)になるということは、なかなか考え難いことである。

第二に、今年1月と2月の運用実績から見ると、やや現実に近い感じがする。ただ、2月の利回りがマイナスになる背景材料はどこにもないはずであるが、特別な理由がなければ、これもなかなか考え難い部分である。

最初の2ヶ月の非常に高い利回りは、人為的な操作による、不正表示の疑いがある。もし、人為的に操作して不正表示をした場合、その目的は、保険商品を不正に宣伝し、より多い保険を募集することにある。要するに、その非常に高い利回りを得る信憑性が足りないため、その正確性に疑問が生じるわけである。

詳細は、拙稿の「中国におけるヒット生保商品—中国版変額保険(投資連結保険)について—」ニッセイ基礎研REPORT(2001.5)、「投資連結保険利弊談」(中国語)中国保険報、2001.12.25を参照されたい。

図表-5 平安保険会社の投資勘定「平安発展投資帳戶」の資産運用実績



(注) 投資連結保険が発売されたのは99年10月だが、保険料が投資勘定に投入されるのは、契約後2年目からであるため、投資勘定の運用は2000年10月からスタートした。
 (資料) 平安保険会社のHPより整理、作成。

株式市場の低迷の中で、投資型保険商品に関するトラブルが急増し、平安保険会社の主力生保商品である投資連結保険は、全国で数多くのトラブルを巻き起こした。上海市保険同業公会（日本の生保協会と損保協会に相当する）の統計によれば、2002年1月から4月末までに、各保険会社および当該公会に寄せられた投資型保険商品に関する苦情は700件以上あり、全苦情の68%を占めている⁽¹²⁾。

トラブルが急増している原因は、募集する保険会社の個人保険代理人が、投資型保険商品に関する説明義務に違反しているケースが多く発生しているからである。結局、生保市場では、投資型保険商品の人気は急落していった。

3. 栄えている配当付き保険と医療保険商品

中国において、現段階での人気商品は、大体次に掲げる4つの種類である。

(1) 配当付き保険商品

2002年および2003年の間に、ニッセイ基礎研究所は、中国生保市場に関し、独自に研究・調査を行った。ニッセイ基礎研究所の市場調査でのヒアリングにおいて、被訪問者は、配当付き型

⁽¹²⁾ この数字は、2002年および2003年の間に、ニッセイ基礎研究所が中国生保市場に対し、独自に研究・調査した結果である。

の商品が一番人気であると口を揃えている。たとえば、配当付き年金保険、配当付き終身保険、配当付き養老保険、配当付き傷害保険、配当付き医療保険⁽¹³⁾である。その理由は、「投資連結保険」が各地でトラブルを起こし、消費者が急速に離れたためであり、配当付き型保険とトップの座が入れ替わったというのが実情である。

（２）医療保険商品

社会保険である医療保険制度の全面的な改革によって、市民（給与所得者）の医療費が全額会社負担から、一部の診療費や入院治療費用の自己負担に転換されたため、市民は自己負担を軽減するため、生保会社の医療保険に加入するというニーズが高まってきた。各生保会社は消費者の需要に着目し、医療保険商品の開発に取り組んでいる。その代表的な商品は、「重大疾病保険」である⁽¹⁴⁾。

ところが、問題は、中国において医療制度、医療保険システムが完全に整備されていない状態であることだ。各生保会社とも医療保険に関するモラルハザードに対する懸念が強く、上記に紹介した以外の新商品の開発に大変慎重な態度を取っているというのが実情である。要するに、社会的ニーズが高く、消費者にも歓迎されているのに、商品開発と販売が大幅に遅れているのが現状である。

（３）高齢社会に関連する商品

中国の沿海部と内陸の中心都市は高齢化が急速に進んでいる。高齢化社会に関わる生保商品が今後人気商品の一つになることは間違いない。前述した AIA（友邦人寿保険公司）の「友邦永安総合個人意外傷害保険」は、高齢者を対象とする傷害保険であり、最近注目されている。また、太平洋保険公司の特約「太平盛世・附加老年介護費保険」も高齢者に人気がある。

（４）銀行の窓口で販売する簡易生保商品

銀行の窓口で販売する簡易生保商品については、次章第 4 節の「銀行窓販の活用」に譲る。

⁽¹³⁾ 配当付き医療保険について、保険監督管理委員会は、「新型の人寿保険に関する数理規定」という通達を公表し、2003年10月1日より、配当付き保険商品は、終身保険、養老保険、年金保険に限られると定めた。つまり、配当付き医療保険の販売は、事実上禁止されたことになる。禁止される理由として、第一に、医療保険はリスクが高く、その管理が難しい。第二に、医療保険の目的は、被保険者の健康を保障するためであり、保険料の価値を増加するためではないので、消費者のニーズに応えるようにするべきである。第三に、無配当の本来の医療保険商品に戻るといった意味合いがある。第四に、諸外国は、配当付き医療保険という商品をほとんど開発していない。中国に進出している外資系保険会社も販売していない。このような理由により、中国系保険会社が販売していた配当付き医療保険は販売が停止されることになった。

⁽¹⁴⁾ 「重大疾病保険」に関する評論は、本論文の「IV 生命保険募集を巡るトラブルに関する考察」で詳細に述べる。

4. まとめ

本章では、WTO 加盟後の中国市場の生命保険商品の最新動向を紹介し変化を分析してきた。特に、その変化の中で、消費者のニーズに呼応する動きを、確認することができる。それは、生保商品が段階的に変化し、保障を目的とする生保商品から、投資を目的とする投資型保険商品にシフトし、そして配当付き商品に変わってきていることである。つまり、あくまで収益性を重視する中国人の志向は、未だに中国の生保市場で大きな役割を果たしているわけである。

ところが、その流れは、中国の社会保障制度の改革と急速な高齢化によって大きく左右され、医療保険商品と高齢者向けの商品の需要が高まりつつある。各生保会社はそれらの事情を重視し、消費者のニーズに対応するため、外国の経験・ノウハウを導入し、新しい商品の開発に取り組んでおり、これらは時代の流れに合わせた新しい動きである。

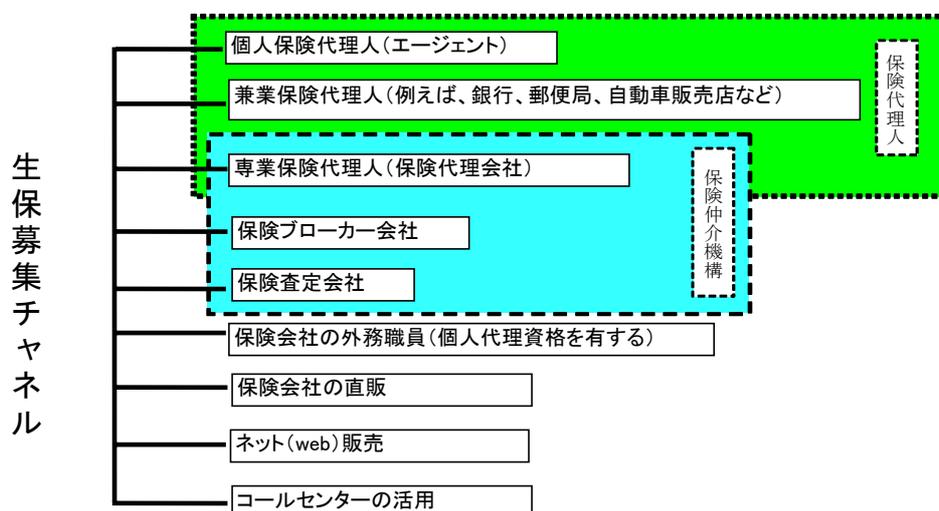
また、現在の生保商品は、高収入層と中間層を主な顧客層として商品設計され、募集されてきたが、生保市場を内陸の農村部と沿海部の低収入層まで拡大していく場合、どのように人口の割合の高い低収入層を生保募集の対象者とし、生保商品を開発していくのかが、今後の重要な課題となるだろう。

IV. 生保募集チャンネルの多様化

1. 生保募集チャンネルの概況

近年、中国において、生保募集チャンネルはますます多様化している。特に、90年代、米国系の保険会社であるAIGグループが中国に進出し、個人保険代理人（エージェント）制度が中国に導入されて以来、生保募集の手法は大きく変化した。現在、個人保険代理人、兼業保険代理人（銀行と郵便局の窓口を利用した生保商品の販売を含む）、専業保険代理人（以下、「保険代理会社」と称する）、保険ブローカー、保険査定会社、保険会社の外務職員、保険会社の窓口直接販売、ネットを活用した生保商品の販売、など生保の募集チャンネルは多数稼働している。

図表-6 生保募集チャンネルのイメージ図



(資料) 筆者作成。

中国において、保険募集チャンネルに対する分類方法や用語の使用方法などについて、多岐である。保険法では、保険代理会社（専業保険代理人）、兼業保険代理人、個人保険代理人について、「保険代理人」と総称しているが、中国保険監督管理委員会は、保険代理会社、保険ブローカー会社（經紀公司）および保険査定会社（公估公司）について、「保険仲介機構」と総称し、保険代理会社と兼業保険代理人について、「保険代理機構」と称している。

中国生保募集市場の現状を見てみると、生命保険の保険料収入の約8割は、個人保険代理人が獲得したものである。2003年10月現在、個人保険代理人の人数は、130万人に達している。

次に、「保険仲介機構」である保険代理会社、保険ブローカー会社および保険査定会社は、急速に増加している。1999年当時、中国では、保険代理会社、保険ブローカー会社および保険査定会社は、わずか13社にしか許可が発給されていなかった（13社の中で、保険ブローカー会社は、

わずか3社であった)。ところが、2003年5月末には、249社の保険仲介機構がすでに開業している。2003年5月だけで、63社の保険仲介機構が保険監督管理委員会の許可を得て、設立された。すでに開業した249社の保険仲介機構の中で、保険代理会社は183社、保険ブローカー会社は24社、保険査定会社は42社である。また、営業許可を取得し、開業の準備をしている保険仲介機構は、819社である。加えて、現在、すでに申請書を提出し、保険監督管理委員会の営業許可を待っている会社は未知数である。上記の状況を見ると、保険監督管理委員会は、保険仲介機構に対する審査、許可について、大分緩和させていることが分かる。

また、生保募集市場で注目されているのは、生保会社が銀行と連携し、銀行の窓口を利用して生保商品を販売することである。保険監督管理委員会の定めによれば、銀行が業務の本業以外に、保険の販売を代理することは、兼業保険代理業務に従事することに当たる。近年、銀行と生保会社が連携し、銀行の窓口で生保商品を販売する動きは、中国全土に広がっており、個人保険代理人に次いで重要な募集チャンネルとして台頭している。その詳細は、第4節の「銀行窓販の活用」で論じる。

2. 保険代理人制度の概要

1996年2月2日に、中国人民銀行は暫定的な行政規定にあたる「保険代理人管理の暫定規定」を制定し、同日公布した。そして、1997年11月末、中国人民銀行が上記の暫定規定を大幅に改正し、新しい行政法令として、「保険代理人の管理規定（試行）」（以下、「代理人規定」と略す）を公布した。また、2001年11月29日に、保険監督管理委員会は、保険代理機構（保険代理会社と兼業保険代理人）に対する行政規定にあたる「保険代理機構の管理規定」を公布した。

中国において、保険代理人とは、保険者の委託に従って、保険者から代理手数料を受け取り、かつ保険者が授権した範囲内で、保険者を代行して保険業務を取り扱う団体または個人である（保険法112条）。

代理人規定によると、保険代理人には3つのタイプがある。すなわち、保険代理会社、兼業保険代理人および個人保険代理人である⁽¹⁵⁾。

第1に、保険代理会社は、専業で保険代理人業務に従事する会社である。

第2に、兼業保険代理人は、保険者の委託を受け、本業に従事すると同時に、専任者を指定し、保険者を代行して保険業務を取り扱う組織である。例えば、銀行、郵便局、自動車販売店（ディーラー）などである。

第3に、個人保険代理人は、保険者の委託にしたがって、保険者から業務代理の手数料を受け取り、かつ保険者の授権範囲内の保険業務を代行する個人である。

⁽¹⁵⁾ この3つの保険代理人に関する具体的な議論については、拙稿の「中国保険募集制度の現状と問題点」（Insurance 生保版、2001.8.23、9.6、9.13）を参照されたい。

2002年10月28日、保険法が改正された。保険代理会社と兼業保険代理人について、若干変更されたところはあるが、個人保険代理人については、大きく変わったところはなかった⁽¹⁶⁾。

(1) 募集販売資格制度と免許証制度

保険募集業務に従事する人員は、個人保険代理人の資格に関する試験⁽¹⁷⁾を受け、かつ、保険監督管理委員会が発行する「個人保険代理人資格証明書」（以下、「資格証書」と略す）を取得しなければならない。個人保険代理人資格試験は、保険監督管理委員会またはその授権した機構が組織し行われる。保険監督管理委員会またはその授権した機構が個人保険代理人資格試験の合格者に対し、「資格証書」を交付する。

「資格証書」の有効期間は3年であり、「資格証書」の所持者は受領した日から3年以内に、保険募集業務に従事しない場合、その「資格証書」は自動的に効力を失う。

個人保険代理人が保険募集できる条件は、個人保険代理人資格を有することに加えて、保険募集業務に従事する「保険募集免許証」（「保険募集免許証」については、個人保険代理人の項で述べる）を有することである。

(2) 保険代理会社

保険代理会社の組織形態は、合名会社、有限責任会社、株式会社である。

保険代理会社の業務範囲は、次のとおりである。

- (1) 保険商品の販売を代理すること、
- (2) 保険料の徴収を代理すること、
- (3) 保険者に協力して損害の査定、損害補填の処理をすること、
- (4) 中国保険監督管理委員会が許可したその他の業務、である。

① 保険代理会社の設立条件

保険代理会社を設立する場合、最低設立資本金は、50万人民元であり、また、「資格証書」を有する個人保険代理人を少なくとも従業員の2分の1以上有していなければならない。

保険代理会社が保険募集業務に従事するには、上記の設立条件を満たし、また資本金等の条件をクリアすれば、保険代理会社を設立し専業保険代理人として保険募集ができる。

⁽¹⁶⁾ この点に関する部分は、拙稿の「中国保険法改正とその問題点」（Insurance 生保版、2002.11.03）を参照されたい。

⁽¹⁷⁾ 個人保険代理人の資格に関する試験について、財産保険と人寿保険は同じ試験を受け、同じ資格を授与され、資格証書も同じである。そのため、同一資格証書を有する者は、財産保険と人寿保険のどちらの募集業務も代理することができる。

② 設立準備と開業

中国において、許可制と免許制の二重制度がある。保険代理会社は、設立申請を行い、保険監督管理委員会の許可を得て、「保険代理業務経営許可証」を受領し、かつ工商行政管理局に登録し「保険代理営業免許証」を受領してはじめて、保険代理業務を営業することができる。

③ 生保代理業務の規制緩和

WTO加盟後の中国において、2002年10月に保険法が改正された。改正された保険法（以下、「改正法」と略す）は、保険代理に関する改正があり、保険代理会社と兼業保険代理人に対する規制が緩和されることになった。

保険代理人⁽¹⁸⁾の業務について、改正前の保険法では、「**人壽保險の代理業務を営む保険代理人は、同時に2つ以上の保険者の委託を受けてはならない**」（改正前保険法124条2項）と規定していた。改正法は、「**個人保険代理人は人壽保險の代理業務を行うとき、同時に2つ以上の保険者の委託を受けてはならない**」（改正法129条）とし、人壽保險業務を営むすべての個人保険代理人に、「一社専属」の制限が適用されると明らかにすると同時に、保険代理会社と兼業保険代理人に対する「一社専属」の規制が緩和され、2社以上の保険業務を代理することが可能になった。

保険代理会社を通し、生保商品を販売することに関しては、生保会社にとってメリットとデメリットがある。

メリットは、① 生保会社は自らの募集部隊を最小限に縮小することができる、② 保険募集のコストの節約ができる。たとえば、個人保険代理人に対する管理費用や、教育、訓練費用が節約できる、ということである。

デメリットは、① 募集の主導権が失われる、② 募集現場での事情をコントロールできない、③ もし保険代理会社が一社専属ではなく、複数社を同時に代理する場合、被代理生保会社の経営状況は、完全に保険代理会社の販売実績に左右されることになる、が挙げられる。

(3) 兼業保険代理人

① 兼業保険代理人の条件

兼業保険代理人は、次に掲げる条件を満たすことを要する。

A 法人格または法定代表者の授権を有すること

不正な保険募集を防止するため、保険募集業務を兼業する団体は法人格、または法人格を有する団体の法定代表者の授権を有することを求めている。

B 「資格証書」を有する専任の保険募集代理業務従事者を有すること、

保険契約者、被保険者および保険金受取人など消費者の利益の保護を目的とするこの定めは、

⁽¹⁸⁾ 本文でいう「保険代理人」は、保険代理会社、兼業保険代理人、個人保険代理人を含めている。

保険募集代理業務に従事する自然人に対して専任で従事すること、保険専門知識を有すること、更に、「資格証書」を保有することを要求している。

② 兼業保険代理人の申請手続き

被代理保険会社はその兼業保険代理人の「保険代理業務営業許可証（兼業）」を取得する申し込みの手続きを取らなければならない。

また、「保険代理業務営業許可証（兼業）」の取得を申請する場合には、保険監督管理委員会に次の書類を提出しなければならない。

- (1) 申請報告書、
- (2) 保険代理契約書を締結する合意書、
- (3) 兼業保険代理人の資産信用状況証明書および関係資料、
- (4) 保険代理業務の責任者の略歴および「資格証書」、

③ 兼業保険代理人の業務範囲

兼業保険代理人の業務範囲は、次の2種類に限られている。第1に、保険商品の販売を代理することで、第2に、保険料の徴収を代理することである。

損保募集に関わる業務範囲は、保険代理会社より狭い。例えば、保険会社に協力して損害の査定、損害てん補を処理することなど、保険代理会社ができるが、兼業保険代理人は、できないと規制をしている。

生保募集に関わる業務範囲は、兼業保険代理人と保険代理会社とほぼ同様である。

④ 法的規制緩和

前述したように、保険法が改正され、保険代理会社と兼業保険代理人に対する規制が緩和されることになった。特に、銀行の窓口での生保募集については、その規制緩和の効果が非常に明らかである。

保険法改正によって、銀行が窓口で生保商品募集を代理する業務について、「一社専属」の制限がなくなり、元来人気になりつつあった銀行の窓口販売は、その発展がさらに加速し、冒頭で述べたように生保市場の主力チャンネルとして生保会社から重要視されている。

(4) 個人保険代理人

前述したように、保険代理人は、保険代理会社、兼業保険代理人および個人保険代理人の3種類に分かれている。個人保険代理人は、ほとんど保険募集業務にしか従事することができない。

個人保険代理人方式は、中国において、最も重要な生保募集チャンネルである。次の節で詳細に述べる。

3. 生保募集の主力である個人保険代理人制度

個人保険代理人方式は、前述したようにアメリカ保険会社が中国に導入したものである。

(1) 個人保険代理人制度の概要

① 個人保険代理人の業務執行の条件

個人保険代理人が保険募集業務を執行する条件は、まず、「資格証書」を有することである。また、個人保険代理人が保険募集業務に従事することを申請する場合は、保険会社と「保険代理契約」を締結し、被代理保険会社が発行する「保険募集免許証」を有しなければならない。

上記の条件を満たせば、個人保険代理人は、被代理保険会社による個人保険代理人の証明書類の審査・照合の後、保険募集の代理人として登録することができる。会社に登録した後、その登録資料を以って保険監督管理委員会に報告し、登記した後、正式に保険募集業務に従事することができる。

② 業務範囲と禁止行為

個人保険代理人が保険募集できる業務範囲は、次の2つに限られている。

まず、保険商品の販売を代理することである。保険商品の品種、範囲については、保険会社と個人保険代理人との間での合意によって、保険代理契約で定める。

次に、保険料の徴収を代理することである。上記の保険代理契約では、保険料の徴収方法および徴収した保険料を保険会社に納入する方式と期限について、詳しく定めなければならない。

個人保険代理人は、保険会社に委託された業務の範囲を超えて保険募集業務を行うことはできない。また、保険法および保険募集に関する行政規定では、個人保険代理人の募集行為について、次に掲げる規制をしている。

第1に、企業財産保険および団体人壽保険の取り扱いをしてはならない。

第2に、保険証券に署名し、発行してはならない。

第3に、兼職して保険募集業務に従事してはならない。

(2) 個人保険代理人制度の特徴

① 個人保険代理人と保険会社との関係

個人保険代理人と保険会社との関係は、代理と被代理の契約関係である。その関係は、保険会社から代理人への授権につき契約方式を以って締結したことによって成立する。仮に、保険代理契約が終了、または解除された場合は、個人保険代理人と保険会社との代理関係は絶ち切られることになる。したがって、個人保険代理人と保険会社との関係は、平等主体の関係であり、個人保険代理人は独立の主体として、保険会社と保険契約者との間で、保険契約の仲介役

を務め、保険募集業務を行うことになる。

② 報酬の方式

個人保険代理人の報酬体系は、完全な歩合制（フルコミッション）であり、保険募集業務の業績に従って、一定のレートで手数料の金額を計算し、本人に支給される仕組みになっている。

「保険者から業務代理の手数料を受け取る」（代理人規定 48 条）の定めに従って、保険会社から業務代理の手数料として支給される。すなわち、個人保険代理人は、保険契約者と保険会社との間で、仲介役を果たし、保険契約を締結すると、保険契約者が保険会社に支払った保険料の一部が、仲介の報酬として、コミッションレートによって保険会社から支払われる。ただし、このような報酬は、その変動が激しく、しかも保険会社の福利厚生と関連するものは一切適用されないため、個人保険代理人という職業は安定性がかなり薄いといえる。

(3) 個人保険代理人制度と保険会社の外務職員制度との区別

中国においては、生保の訪問販売の主体として、個人保険代理人と保険会社の外務職員が共存している。個人保険代理人制度を分析するとき、同じく個人で消費者を訪問し保険を募集している保険会社の外務職員制度と比較する必要がある。

外務職員と保険会社との関係は、労働契約に基づいての雇用と被雇用、すなわち雇主と従業員の関係である。その関係に基づいて、保険を募集する保険会社の外務職員は、保険会社の正式な従業員であり、外務職員として保険商品のセールス、販売をしている。換言すれば、外務職員と保険会社の間には、従属関係が存続しており、外務職員は保険会社の指示通りに保険募集業務を執行しなければならないという属性がある。また、外務職員は、個人保険代理人と同様に募集資格を有していなければならない。資格証書を会社に提出し、「保険募集免許証」を受領した後は、保険会社の外務職員として団体保険を中心に募集することになる。

外務職員は、保険会社と雇用契約をし、会社の給与体系に従って賃金（報酬）を受け取り、会社職員の一員として、会社の福祉厚生、労働保険、住宅手当などを受ける。要するに、普通の国有企業の従業員と差は殆どない。

保険会社の外務職員と個人保険代理人との主な区別は 2 つある。第 1 に、保険会社との関係であり、第 2 に、報酬を取得する方式である。

① 保険会社と外務職員との関係

前述したように個人保険代理人と保険会社との関係は、代理と被代理の契約関係である。外務職員と保険会社との関係は、労働契約に基づいての雇用と被雇用、すなわち雇主と従業員の関係である。

② 報酬の方式

個人保険代理人の報酬体系は、完全な歩合制（フルコミッション）であり、保険募集業務の業績に従って、一定のレートで手数料の金額を計算し、本人に支給される仕組みになっている。

外務職員の報酬は、現行の国有企業の給与体系とほぼ同じであり、普通会社の従業員報酬と比べると、大きな差はないがやや高い。給与体系は、基本給と能力給から成り立つ。上海市の場合、保険会社の外務職員は、その能力給が給与に占める割合は、普通会社より高い。逆に、基本給は、割安になっている。給与全体では、普通の会社の平均収入より約10%前後高いという水準である。

基本給の中には、給与、ボーナス（月ごとに支給する奨励手当および年末奨励金を含む）、福祉手当、物価補助、住宅手当およびその他の手当を含んでいる。ただ、保険会社の場合、月ごとに支給する能力手当（能力給）の計算方法は、普通の会社と違って、外務職員の保険募集の業績によって、その額が変動する。

(4) 個人保険代理人制度の問題点

① 流失、流動が激しい

個人保険代理人が激しく流失、流動していることは、保険業界が大変頭を悩ませていることである。2003年10月現在、個人保険代理人の資格証書を有する人数は、700万人に達しているが、実際に、第一線で生保を募集している個人保険代理人は130万人前後である⁽¹⁹⁾。個人保険代理人の資格を有する者の8割前後は、生保募集業界から流失したわけである。また、生保業界内部での個人保険代理人の生保会社間の流動も激しい。

個人保険代理人の流動化の原因を究明すると、概ね次に掲げる原因にまとめることができる。

A 保険会社が急速に増えるとともに、個人保険代理人の需要も正比例的に増えていること
この数年間、新設の保険会社、特に生命保険会社の数は、急増し（図表-7）、一つの新しい保険会社が誕生することによって、高級管理人材を始め、個人保険代理人まで大流動する人材の争奪戦争が必ず起きる。新会社が個人保険代理人を確保するため、より優遇した報酬を支給すること等の措置を講じ、他社の個人保険代理人を新会社に転職させることが多発する。

⁽¹⁹⁾ この数字は、中国保険監督管理委員会副主席呉小平氏が、2003年9月20日、中国人民大学が主催するシンポジウムで表明したものである。ところが、当監督管理委員会が公表した2003年の統計データでは、個人保険代理人の人数は、130万人であるため、なんらかの原因で、130万人の中で、70万人は、資格を持っているが、60万人は募集資格がないと判断できるわけである。詳細は、「中国経営報」（2003年9月29日）記事を参照されたい。

図表－7 中国保険会社数の推移

会社	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年
中国系保険会社	13	13	13	13	16	16
中外合併保険会社	1	1	4	5	9	11
外資損保支店	8	8	9	12	12	17
合計	22	22	26	30	37	44

(資料)「中国保険年鑑」各号(中国保険年鑑編集部出版)のデータより作成。

B 保険会社の個人保険代理人の採用数が多く、採用条件が厳しくないこと

採用数が多く、個人保険代理人の質の保障ができない。時間の流れでその仕事に向いていない人が、自然に淘汰されるケースも少なくない。

C 内部管理制度が未成熟なため、人材の流出を抑えられないこと

中国系保険会社は、80年代末から保険事業を再スタートしたが、保険会社の内部管理制度がまだまだ未成熟であり、とくに、個人保険代理人制度を導入した後は、国有企業時代の伝統的な管理制度が適用できず、それに適用する新しい制度を、各社が自己流で伝統的な管理体系のうえに構築した。こうして作られた会社管理制度は、市場経済に左右される激しい人材の流動化に対して無力であるのが現状である。個人保険代理人のみでならず、高級管理者層でもそのような転職などの人材流動は、日常茶飯事である。

D 保険市場が未成熟であること

既述したように、中国の保険市場はまだ歴史が浅く、発展途上であるため、市場は無秩序のような状態が続いている。たとえば、顧客を獲得するため、過熱した販売競争を行い⁽²⁰⁾、保険経営の基本理念に相違する商品も横行している⁽²¹⁾。そのため、保険会社側が個人保険代理人の募集活動に対する十分な監督・管理ができず、市場でも保険募集人の流動化がコントロールできない状態に陥っている。

② 募集資格の単一性

中国の個人保険代理人の募集資格制度は、日本と違うところがある。

⁽²⁰⁾ たとえば、死亡保険金 20 万人民币元の航空傷害保険（飛行機に乗っている間の傷害保険である）の保険料は、一律に 20 人民币元であり、保険会社が保険代理人（個人代理、代理店）に支払う手数料は、財政監督行政機関（財政部、日本の財務省に相当する）の定めによると、保険料の 8% を超えることはない。しかし、市場の相場は、保険料の 50% から 70% で、すなわち、10 人民币元ないし 14 人民币元を保険代理人に払うケースもある。

⁽²¹⁾ 金融時報による「中国人寿最大金額“死亡賠付案”結案－東莞一受益人獲賠百万人民币」というタイトルの報道によると、中国人寿保険公司東莞分公司は、病気で死亡した被保険者の家族（保険金受取人）に死亡保険金 100 万人民币元を給付し、かつ、保険約款に従って保険契約後の数年間、保険契約者が払った全ての保険料 71,655 人民币元を保険金受取人に返還した（2000 年 2 月 17 日）と報じた。死亡保険金を支払ったとともに保険料まで全額を返還する商品が存在することは、中国を除いて、諸外国では聞いたことがない。こういう現状は、保険経営理念に反するものとはか言えない。

中国では、資格制度を実施し、公的な個人保険代理人の募集資格（個人保険代理人資格）を必要とするが、一旦、募集資格を取得した後は、募集知識の研鑽について、特に要求されていない。個人保険代理人の保険募集知識、保険研究の不足が様々な保険募集トラブルの発生原因の一つである。日本の保険募集研修制度のように一旦募集資格を取得した後も、レベルアップのためのさまざまな研修をし、より高度な業界内の試験を行って、知識レベルを証明する証書を発行し、そのレベルをコミッションの金額と直接関連させれば、保険募集知識の不足によるトラブルが減少することが期待できるのではなかろうか。

③ 個人保険代理人の福利厚生、社会保険の対応

個人保険代理人に関する報酬体系の中で、最も問題となっているのは、社会保険問題である。

中国において、現行の社会保険制度は、養老保険（年金）、医療保険、失業保険、労災保険、出産・育児保険を含んでいるが、これらは全国民を対象とする社会保険でなく、企業、国家机关、事業団体などの正職員・労働者を対象とする社会保険である。

ところが、個人保険代理人は保険会社の職員ではないので、保険会社とは、労働（雇用）契約を結んでおらず、保険募集仲介の委託契約に基づく委託関係であるため、個人保険代理人は社会保険の対象にはならない。

個人保険代理人たちが社会保険の対象外であるため、「自分の老後や大きな病気にかかった場合等」に対して、不安な声がよく聞かれた。今後、中国保険会社が個人保険代理人の「老後の憂い」に対し、どのような策を講じるのか、また、どこまで解決できるのか、注目すべきである。

④ 個人保険代理人制度の在り方

90年代前半、米国式の生保訪問販売が導入されてから2年後、訪問販売は全土に広がり中国近代保険史の新たな一頁を開いた。生保市場が急速に拡大し、保険料が急速に伸び、訪問販売は保険募集の主流になった。ところが、順風満帆と思われた生保市場では、不正競争が溢れ、トラブル、苦情が頻繁に生じ、保険経営に悪影響を及ぼし、生保募集の第一線で活躍している管理者たちを動揺させている。

この数年間、筆者が現地の保険会社を訪ねたとき、経営者から、生保訪問販売のシステム（個人保険代理人制度）や生保募集のあり方について再検証する必要がある、日本式募集制度（営業職員制度）に興味があると言われた。

現行の生保募集システムでは、個人保険代理人と会社との関係は雇用関係ではなく、社会保険の対象者にはならないため、個人保険代理人の間では不安が高まっている。そのため、現行のシステムについて、改善の余地があるはずである。

たとえば、太平洋保険会社は、生保の募集歴3年を有し、販売業績が良い個人保険代理人を

正職員として雇用する新制度を1999年11月より実施している。ところが、外務職員制度を導入するとなるとコストが高い。

外務職員ではなく、個人保険代理人である場合、報酬体系は、完全な歩合制（フルコミッション）である。生保会社は個人保険代理人の社会保険料を負担しないわけである。ところが、外務職員の場合は、生保会社が賃金の約50%以上⁽²²⁾の社会保険料などを含む賃金外の費用を負担しなければならない。個人保険代理人のままであれば、上記の賃金の約50%部分を節約できる計算となる。このような状況が、外務職員制度がなかなか普及しない原因となっている。

4. 銀行窓販の活用

中国の生保市場の大きな流れの中で、約2年前から、銀行または郵便局の窓口を利用した生保商品販売が始まっている。昨年末には販売ブームとなり、ある生保会社では、今や販売実績の半分以上を銀行窓販に頼っている。現在、ほとんどの生保会社は専門部署を設置し、銀行窓販に力を入れている。

その実態を解明することは、中国の生保市場の実態を把握するため、大変重要なポイントになると考えられる。

ここでは、中国、特に外資系保険会社が集中している上海の現状について、紹介と分析を行い、銀行窓販の実態を解明し、問題点を指摘すると共に、銀行窓販の活用に関わる対応策を探ってみたい。

(1) 商品の仕組み

急速に伸びる銀行窓口チャンネルでは、一般的な生保商品を販売しているわけではなく、銀行預金の形の上に、簡易的な生保商品を載せるという組み合わせのものである。

大きく分けて、商品は、大概次に掲げる4つの部分より構成される。

第一に保険料、第二に保険料の利息、第三に配当、および第四に保障（保険金）である。

(2) 商品の特徴

銀行の窓口で販売する簡易生保商品には、次に掲げる特徴がある。

① 契約審査、医的診査が無い

銀行の窓口で販売する簡易生保商品は、専門的な契約審査および医学的な診査を行わない。

⁽²²⁾ 上海市の場合は、会社側の負担は賃金の約63%である。その内訳は、年金保険料23%、失業保険料2%、医療保険料12%、労災保険料1%、出産・育児保険料1%、住宅積立金7%、福祉基金14%、教育基金1.5%、組合運営資金2%、である。

② 商品の簡易性

銀行の窓口で募集するため、生保商品は簡易型でなければならない。その理由は、次の通りである。

- A 銀行窓口の募集チームに対する商品の販売知識の教育、訓練時間が個人保険代理人と比べると相対的に短く3時間から半日前後しかないため、複雑な生保商品は販売できない。現状では、銀行窓口の募集チームはほとんど「資格証書」を有していない。
- B 銀行の窓口で販売するため、銀行側が責任を担って販売するのだが、生保会社が豊富な募集知識を持つ人員を銀行の各営業拠点に派遣することは、まだできない状態である。したがって、専門性の高い生保商品の販売はリスクが高い。
- C 実際、銀行の窓口で生保商品を販売する場合、まず商品のポイントを分かりやすく紹介することが、客の興味を喚起することにつながるため、大変重要となり、商品の内容を分かりやすくするためには、専門性の低い商品の方が販売し易いということになる。

③ ほとんど養老保険

各生保会社が銀行の窓口で募集している生保商品は、ほとんど両全保険（日本の「養老保険」と類似）である。

たとえば、上海銀行で募集している平安保険の「平安千嬉紅両全保険（分紅型、一時払い、5年期）」は、一口の保険料が1,000 人民元、10 口を一つの単位とする。保険契約時の年齢が、30 歳から34 歳の場合、満期保険金は、1 万510 人民元である。死亡した場合には、満期保険金と同額の金額が給付される。満期保険金を受け取った場合の利回りは、約1.02%/年になる。これは、銀行の預金金利とほぼ同じ水準であると考えられる。

また、上海銀行で販売されている中国人寿保険の「国寿鴻泰両全保険（分紅型）」も、一口の保険料が1,000 人民元である。保険契約時の年齢が、31 歳から35 歳の場合、満期保険金は、1,048.56 人民元である。死亡した場合は、満期保険金と同額の金額が給付される。この場合、満期保険金の利回りは、0.9712%/年前後になる。

④ 配当付き型

銀行窓販の生保商品は、ほとんど配当付きであり、実際のところ、配当付き型でなければ売れない状況である。したがって、各保険会社は配当の予測について、比較的高、中、低という方式で予測している。

たとえば、平安保険の「平安千嬉紅両全保険」では、低い場合は0.5%/年、中の場合は1.4%/年、高い場合は2.4%/年としている。

また、「国寿鴻泰両全保険」について、低い場合は1.33%/年、中の場合は2%/年、高い場合は2.66%/年である。

⑤ 一部は傷害保険付き

一部の生保会社は、銀行窓販の商品に傷害保険を付けている。たとえば、平安保険の「平安千嬉紅両全保険」は、無料で「平安団体意外保険」（傷害保険、1年間）を主契約に付け、被保険者が不慮の事故により死亡した場合、1万人民元の死亡保険金を給付する。また、被保険者が不慮の事故に巻き込まれ、後遺障害を患った場合、症状に従って、1万人民元を限度に、後遺障害保険金を給付する。

⑥ 保険料は一時払いと分割払いに分かれる

生保会社によって、保険料の支払い方法はそれぞれ異なる。

たとえば、平安保険の「平安千嬉紅両全保険」の場合、一時払いしかできない。中国人寿保険の「国寿鴻泰両全保険」の場合、一時払い、年払いおよび月払いのいずれかを選択することができる。ただし、分割払いの満期保険金は一時払いより低い。たとえば、保険の加入年齢が26歳から30歳の間の場合、満期保険金は、一時払いの場合、1,048.66人民元であるのに対し、分割払いは1022.63人民元である。

⑦ 保険期間は5年満期が多い

保険期間については、5年満期が多い。たとえば、平安保険の「平安千嬉紅両全保険」は、5年満期である。中国人寿保険の「国寿鴻泰両全保険」は、5年満期、10年満期、15年満期、20年満期の4種類がある。

(3) 急速に広がった背景と競争実態

中国において、前述したように銀行の窓口を活用し、生保商品を販売することが、急速に広まっている。その最大の原因は、販売コストの節約と新規保険料の確保であり、主なポイントは次のとおりである。

第1に、銀行と生保会社との、いわゆる「一対一」（銀行一社は生保一社しか提携できない）の提携関係は、2002年の保険法の改正によって崩された⁽²³⁾。また、改正法は2003年1月1日より実施すると定めていたが、各生保会社と各銀行は、その規定を無視し、改正法が実施される前に、ほとんどの銀行が2社以上の生保会社と提携し、銀行の窓口では、2社以上の生保商品を販売している。それと同時に、ほとんどの生保会社も2社以上の銀行と業務を提携している。

第2に、銀行側が「兼業保険代理人」として、生保商品を販売し、生保会社より代理手数料を受け取る。代理手数料の支払い基準について、保険監督管理委員会は何ら定めておらず、ほとんど銀行側と生保会社側との相談で決定される。

第3に、銀行は営業拠点多く、生保会社の急速な市場拡大を可能にする。たとえば、中国人

⁽²³⁾ この点について、第2節の(3)、(4)参照されたい。

寿保險公司上海市分公司は、中国工商銀行上海市分行と提携した。当該分行は、上海市内に 412 営業拠点を持つ（全国には 3 万以上の営業拠点がある）。

ところが、こうした状況の中、銀行窓口での生保商品の販売は生保会社間の激しい競争を引き起こすことになり、特に以下のような競争が展開されている。

① 手数料の競争

前述したように銀行の一つの営業拠点では、複数の生保会社が自社商品を陳列しているが、銀行の営業拠点にとって、手数料を高く払う会社であれば、その会社の商品を消費者に強く勧めるというのが当然になる。そのため、銀行への支払い手数料の競争が激しくなっている。

② 生保会社の競争

銀行の窓口には各生保会社の商品が陳列され、消費者はそれらの商品を比較しながら購入することができる。したがって、どのような商品が数多くの商品の中で、消費者のニーズに応えられるか、また、商品で提示されている条件が他社の商品より有利か、などが競争のポイントになり、各生保会社は提携銀行の窓口で、生保商品を巡って激しく競争している。

③ 宣伝とコミュニケーションの競争

生保会社が銀行側と提携する場合は、生保会社の本社と銀行の本社間で、提携関係を結ぶのが一般的である。ところが、中国において、全国範囲で経営できるいわゆる全国レベル生保会社の支社は、かなりの経営自由度をもっているため、現地にある大手銀行の支社と個別に提携関係を結ぶことも可能である。こうした関係を「本社対本社式」、「支社対支社式」と呼んでいる。

上海の例を見てみると、上海において、生保各社の支社（分公司）は銀行の上海市本部（分行）と提携して、他社の商品と直接競争する体制を作り、銀行窓口で自社商品の宣伝を強化すると同時に、銀行窓口で販売を担当する責任者とのコミュニケーションを重視している。もちろん、そのコミュニケーションは生保会社側が交際費を増やすという結果につながる。

(4) 若干の問題点と活用方法

① 問題点

銀行の窓販の実態を解明しその現状を分析すると、若干の問題点も見えてくる。

第 1 に、銀行側では、一部の販売員は個人保険代理人の資格（「資格証書」）を有しているが、窓口で実際に販売している販売員の多くは 3 時間前後の訓練しか受けておらず、消費者の質問に対応する能力があるかどうか疑問である。

また、このような方式で販売している商品の質をどこまで保障できるか、換言すれば、売れ

た商品を巡るトラブルの発生率はどのくらいあるのか、という問題がある。

第2に、銀行窓販を巡るトラブルの発生に対する予防措置はどのようにとるのか、現実には、トラブルが発生した場合、その処理策をどのようにとるかについて、生保会社と銀行側はまったく考慮していない状態である。

第3に、銀行窓口で商品を販売する人員に対する教育、育成、訓練である。前述したように、商品を販売する人員に対する教育・訓練の時間はかなり短く、その知識水準を測定する制度が整備されていない。

ここで、平安保険会社の投資連結保険（変額保険）での教訓を想起するべきである。当初、投資連結保険が販売開始されたとき、販売組織に対する十分な訓練がなく、販売資格制度も設けなかったために、結局のところ、わずか2年半前後で挫折した。銀行の窓販の短命化を防ぎ、健全化するためには、商品の改善、販売員の教育、育成、訓練、トラブルの未然防止措置を採ることや、トラブルの処理などが重要なポイントになる。

また、生保会社は、銀行側の考え方も重視しなければならない。生保会社と銀行がどのように提携、合作するかについて、銀行側は次のような考え方を示した⁽²⁴⁾。

- 生保会社と提携するとき、銀行側は客層を生保側に提供し、その見返りは、手数料のみであるため、これは決して公平であるといえない。
- 今後、生保会社とどのように提携するかについて、再度議論する必要がある。
- 銀行側は、資本の提携、共同管理、商品の共同開発、生保とのシステムの連結、データ共用など、生保側との共同の取り込みを期待している。

銀行窓販は、確かに全国生保市場において衝撃的な存在であることに間違いはない。特に、外資系生保会社が中国に進出する場合、募集コストを節約するため、銀行と提携し、商品を販売することは最も便利な方法でもある。しかし問題は、上記に指摘した通り、銀行の窓口という特殊なところで販売できるような生保商品を開発し、銀行窓口の募集部隊を育成しなければならないという点である。商品はかなり簡易であるが、商品を販売する際、商品と違う内容を説明したり、配当について過大予測したりするなど、潜在的なトラブルが存在しており、投資連結保険と同じようなトラブルが頻発しかねない可能性を潜めている。

② 生保会社が銀行窓販を活用する際の課題

生保会社が、販売コストを節約し、より効率のよい販売を行うためには、現状では銀行窓口を利用した生保商品の販売が最善の方法である。

問題は、現在中国の生保各社が、激しい価格競争を行っており、銀行側に高い手数料を出し、販売秩序が保たれていないという点である。こうした状況で、銀行の窓口を利用して生保商品を販売するには、まだまだ多くの課題を解決しなければならない。

⁽²⁴⁾ この内容は、ニッセイ基礎研究所が中国工商銀行上海市分行のヒアリングの内容を引用したものである。

銀行窓口を効率よく活用する場合、次に掲げる課題がある。

第1に、銀行側とどのように提携するかを決めなければならない。

提携の方法は様々だが、大別すれば、資本提携と業務提携がある。資本提携は生保会社（外資系生保を含む）にとってはかなり困難であり、それを実現させるためには、保険監督管理委員会の許可が必要である。

最も有効な方法は、業務提携である。この業務提携は、ただ銀行と商品の販売代理契約を結ぶことによって、商品の販売を委託するだけではなく、もっと深く関係を持つべきである。具体的には、銀行側と共同で銀行の窓口で販売しやすい生保商品の開発、商品販売のサービス、保険事故の処理など、銀行窓販専用商品に関する一つの販売チャンネルのシステムを構築することなどである。

第2に、消費者のニーズに応えた多種類の商品を用意することである。

現在、銀行窓販は、銀行預金と変わらない（分割払いを除く）簡易生保商品しか販売していないが、今後、銀行側と連携し、簡易生保商品のみならず客の様々なニーズに応えた、かつ銀行の窓口で販売し易い、保険商品を開発する必要がある。

第3に、銀行窓口で保険を販売する人員に対する訓練、育成、指導である。

生保会社は、生保商品の販売を熟知している自社の教育係を銀行に派遣し、銀行窓口で生保商品を販売する職員に対し、教育、訓練を行うという方法をとるべきである。さらに、銀行の販売員は募集資格を取得した後、実務研修も受ける必要がある。正式に販売をスタートさせた後は、指導員を銀行の営業拠点に派遣し、常に業務上の指導を行うべきである。

第4に、銀行の窓口でトラブルが発生した場合の対処策の構築と対処方法の訓練の必要性である。

銀行の窓口でトラブルが発生した場合、中国人は口コミを信用しやすいため、その現場にいるよその客にマイナスのイメージを与える恐れがある。したがって、窓口でトラブルが発生した場合、その対処策の構築と対処方法の訓練が大きな課題となる。

紛争に対する処理は事前に策定したマニュアルに従って処理すべきである。

生保募集に関するトラブルの実態、及びトラブルが発生した場合、どのような対応策が必要であるかについては、次章の「生命保険募集を巡るトラブルに関する考察」で詳細に解説し分析する。

5. 他のチャンネルの活用

中国の生保募集に関するチャンネルのうち、個人保険代理人（エージェント）、専業保険代理人（保険代理会社）、兼業保険代理人、保険会社の外務職員などについて、すでに解説し、検証した。その他の保険募集チャンネルには、会社の直販、保険ブローカー、ネット販売などがあるが、生

保分野では、これらは、主な募集チャンネルではなく、上記の4つのチャンネルの補足的な存在である⁽²⁵⁾。次に、これらを簡単に解説し、分析する。

(1) 会社の直販

生保会社の直販について、安聯大衆人壽保險公司（ALLIANZ と上海大衆の合弁生保会社）は上海で開業するとき、ドイツのALLIANZの窓口販売方法を導入しようとする計画があった。ところが、開業後、個人保険代理人による販売に転換した。

上海における窓口直販は、中国人壽保險股分有限公司⁽²⁶⁾にはまだ少し残っているが、他社はほとんど実施していないようである。

80年代後半までの保険市場は、中国人民保險公司⁽²⁷⁾が独占状態を続けていた。その間、中国人民保險公司是、財産保険などの損害保険を中心に募集してきた。その後、団体簡易人身保険が開発され、企業向けの直販⁽²⁸⁾が始まった。中国人民保險公司是国有保險会社であるため、数十年間、国有企業の経営方針に従って経営してきた。生、損保募集も従来の会社の直販という経営手法で行っていた。

中国人民保險公司から枝分かれした人壽保險会社である中国人壽保險股分有限公司は、大多数の生保募集業務を個人保険代理人に委託している。一方で、上記の歴史があるため、未だに直販業務も残っている。直販は、計画経済の意味合いが強く、政府主導型の保険募集であり、その主な内容は、次のようにまとめることができる。

① 国家公務員の身分をもつ会社の職員

当時の中国人民保險公司是、国有保險会社であるため、保険募集人は、会社の職員であった。通常の場合、会社の新入職員は、3、4年後、一定の等級まで昇格すれば、国家幹部（公務員）になる。保險会社の職員は、すべての国有企業の幹部（公務員）と同様の待遇を受けることが

⁽²⁵⁾ 保險査定会社は、保險仲介機構であり、財産保險の保險事故に対する査定業務を中心とする会社であり、主な業務は、次のとおりである。第1に、保險契約する前後に、保險目的に対して鑑定、リスク評価をする、第2に、保險事故が発生した後、保險目的に対して、損傷の査定、損害の測定、填補金額の判定をする、である。したがって、本文では省略する。

⁽²⁶⁾ 中国における最大手の保險会社である中国人民保險公司是、設立されてから分割されるまで、生命保險と損害保險を兼営する保險会社であったが、保險法が生損保の兼営を禁止したことから、生保事業と損保事業を分けることになり、その作業が1999年10月に完了した。これに伴い、中国人民保險公司是、中国人民保險公司（財産保險業務）、中国人壽保險公司（人壽保險業務）、中国再保險公司（再保險業務）、中保國際控股有限公司（海外の現地法人の持株会社、本社は香港）に分けられた。

そして、中国人民保險公司是、2003年7月19日、さらに中国人保控股公司（持株会社）、中国人民財産保險股分有限公司、および中国人保資産管理有限公司（信託会社）された。また、中国人壽保險公司是、2003年8月28日に分割し、中国人壽保險（集團）公司（持株会社）と中国人壽保險股分有限公司の2つの会社になった。

⁽²⁷⁾ 前脚注参照。

⁽²⁸⁾ 当時、個人が保險を加入する意識がなく、生命保險に加入する必要がない。その原因は、医療費、年金、死亡などに関する保障はすべて企業が負担することにある。その詳細は、拙稿の「中国社会保險制度の現状と問題」海外社会保障研究（Autumn 2000，No132）を参照されたい。

でき、同様の賃金体制系で報酬を受け取り、同様の福祉を享受する。このような会社の幹部職員が団体簡易人身保険を募集した。

② 団体簡易人身保険の募集

70年代まで、中国において、保険商品は財産保険が中心であり、団体簡易人身保険は、改革開放後の70年代後半に誕生したものである。保険の募集は会社の職員によって行った⁽²⁹⁾。

団体簡易人身保険の保険契約者は法人（国有企業、都市部の集団企業、社会公益団体など）であり、被保険者は各会社の従業員である。それは、会社の福祉として、個人負担なしで福祉積立金から保険料を支払う、という方式の保険である。この頃、中国人民保険公司是、保険市場を一社で独占していたため、区域ごとに職員が担当する方式で保険募集をしていた。

③ 財産保険の窓口販売

中国人民財産保険股份有限公司では、財産保険の募集において、窓口販売方式が多少残されている。窓口販売とは、保険契約者が付保したい場合、同社の各分公司の窓口で申し込み、各関係部門の審査を経た後は、最後に会社の承諾を得て、保険契約を締結する方法である。保険契約を締結した後、保険会社が自社の職員を指定し、契約の更新、契約の変更、契約の終了など、保険契約者との間の連絡役を担当させていた。

④ 法人向けの区域担当制度

以前は、国有企業、都市型集団企業を強制的に損害保険に加入させる政府の行政指導があり、政府は、中国人民保険公司への加入を指定していた。

中国人民保険公司是、政府の行政指導のもとで、損害保険を中心に保険募集を行い、たとえば、工場は、火災保険などに強制的に加入しなければならなかった。また、法人向けの募集等の事務手続きについて、区域ごとに担当職員を任じ、区域内の法人はその担当者が統一的に管理することになっていた。

現在、企業に対して強制的に保険に加入させることは、すでに廃止されたが、中国人民財産保険股份有限公司では、法人向けの区域担当制度がまだ少し残されている。

(2) 保険ブローカー

保険ブローカーによる生保商品の販売が、近年増加している。保険ブローカーの柔軟な経営体制や団体保険を中心とする販売ルートを利用し、生保会社の経営基盤を拡大することは、大変有望視されている。

⁽²⁹⁾ 80年代後半から、中国人民保険公司是、団体簡易人身保険の販売を止め、個人向けの人寿保険に転換した。

(3) ネット (web) 販売

ネット販売に積極的に取り組んでいるのは、平安保険公司のみであり、同社は本格的にネットで傷害保険を販売している。ネット販売で一番難しいのは、保険料の支払い方法であるが、平安保険公司は、支払い方法を3つに分類している。1つは、クレジットカードを利用する方法で、2つ目は消費者の銀行口座から引き去る方法、そして、現金払いの3つである。保険加入者が現金払いを選択した場合、ネット上で保険契約を完結することができず、後日、生保会社の販売員が加入者を訪問し、現金を徴収してから契約を結ぶという形を採ることになる。

現段階では、ネット販売の技術上の問題が未だに完全に解決されていないので、急速に販売実績を伸ばすことは難しいと考えられる⁽³⁰⁾。

(4) コールセンターの活用

中国において、今のところコールセンターを活用する販売手法はまだ導入されていない。今後どのように展開していくのか、注目すべきところである。

6. まとめ

多様化している生保募集チャネルの現状を紹介・分析し、特に、最近、大変人気のある銀行窓口販売をめぐる検証・分析してきた。生保募集にかかわる各チャンネルの中で、もっとも難問になるのは、個人保険代理人制度である。

2003年10月現在、個人保険代理人の人数は、130万に達し、生保募集業務の8割を担当しており、生保募集の主力として生保市場で活躍している。が、前述したように、それらの個人保険代理人は、「法律上の地位が不明確」、「労働者としての身分が不明確」⁽³¹⁾であり、その結果、個人保険代理人が多数流出してしまう。前述したように、個人保険代理人の資格証書を有する人数は、700万人に達しているが、実際に、第一線で生保を募集している個人保険代理人は、その1割前後の状況である。

このように、個人保険代理人制度についての問題は深刻であり、これを改革しようという声が高まっている。

この問題について、最近、生保業界は、次のような3つの方法で解決しようと考えている。

⁽³⁰⁾ 詳細は、拙稿の「インターネット保険販売について-中国、台湾、香港の現況を中心に-」(Insurance 損保版、2001. 11. 22)を参照されたい。

⁽³¹⁾ 個人保険代理人の法律上の地位について、個人保険代理人は、一体、「個人経営者」であるか、それとも「会社の被使用人」であるか、不明確である。工商管理局は、個人保険代理人は個人経営者であり、個人経営免許証が必要であり、登録しなければならないと主張している。税務局は、個人保険代理人は、個人経営者であり、営業税を納入しなければならないと主張している。保険監督管理委員会は、上記の主張を否認し、工商登録の必要がなく、保険募集免許証は個人経営免許証と同じものであり、営業税を納入する必要はないと強調している。要するに、各関係行政機関は、個人保険代理人について、まとまった意見がなく、その根本的な原因は法律上の地位が不明確なことである。

第1に、個人保険代理人は、保険会社と「労働契約」（日本の「雇用契約」と同様）を締結し、前述したような保険会社の外務職員として採用され、保険会社に所属し、保険会社の商品を募集する。要するに、保険会社の職員として採用し、その身分は保険会社の職員ということになる。

第2に、個人保険代理人を保険代理会社が雇い、保険会社との直接の関係をなくし、保険代理会社が代理できる生保商品を募集する。例えば、前述した太平洋保険会社の事例である。

第3に、個人保険代理人は、個人経営者として工商・税務を登録し、個人業の身分で生保会社と委託代理契約をし、生保会社の生保募集業務を代理することになる。

なお、2003年9月8日、深センで開業した招商信諾人寿保險有限公司は、個人保険代理人制度を採用せず、同社の母体である招商銀行の販売ルート（銀行の窓口）を利用し、消費者に販売することを主力に、電話とネットワークの販売チャンネルも利用する予定となった。

また、新華人寿保險公司是、保險ブローカー会社への生保募集の依頼を徐々に増やすことにより、個人保険代理人の規模をだんだん縮小する傾向にある。

上記のように、中国の生保募集チャンネルの様態は、大きく変化しており、今後、どの方向に変化するかについて、注目すべきところである。

V. 生命保険募集を巡るトラブルに関する考察

中国の生保市場では、生保会社、各保険仲介業者、個人保険代理人などを含むサービスを供与する側と保険契約者などサービスを必要とする消費者側との間で、常にトラブルが発生しているが、消費者の利益を保護する関係法律の整備が遅れ、かつ現行法や公布された行政規定などが完全に執行されていないため、消費者側の利益が損なわれるケースが目立っている。その実態を解明することは、生保募集の実態を把握するにあたって、大変重要なポイントになると考えられる。

ここでは、生保募集をめぐるトラブルの現状を紹介し、それを検証・分析することにより、問題点を指摘することを試みたい。

1. トラブル解決に関わる諸団体

近年、中国の生保市場では募集に関するトラブルが急増し、政府と民間団体は、消費者保護を重要視し始めている。

政府の機関である保険監督管理委員会は行政監督の立場から、保険会社が業務執行中に法律・行政法規に違反した場合の監督責任を果たしている。

一方、業界団体と消費者協会など民間団体は、消費者から直接苦情を受け、関連生保会社と連携して紛争を解決するという役割を自主的に遂行している。また、民間団体は、受けた苦情の中で、多くの消費者に共通する問題であり大衆の利益と関連性のあるトラブルの場合、保険監督管理委員会の現地出張所にその紛争の内容および情報を提供することにより、消費者を保護する役割も果たしている。

(1) 保険監督管理委員会

前述したように、中国において保険業に対する行政監督管理は、保険監督管理委員会が担当している。保険法9条は、「国务院の保険監督管理機構は、この法律に従って責任をもって保険業に対する監督管理を実施する」と定めている。

保険代理人に対しても、保険会社に対するのと同様に保険監督管理委員会が監督管理している。保険監督管理委員会の許可を得なければ、いかなる団体および個人であっても保険募集業務をしてはならないとされている（代理人規定7条）。

保険監督管理委員会は、保険会社および保険代理人に対して上記のように保険法・行政規定に基づいて、監督管理権を有しているが、同会は、各地方の出張所に専用の窓口を開設し、消費者の苦情を受けて紛争処理をしている。同会の出張所が紛争を処理できない場合、保険会社に移行し処理の指示をするか、または、業界の団体（たとえば、保険協会、上海では「保険同業公会」と称す、北京では「保険行業協会」と称す）に依頼し、協力を求めることもある。

(2) 業界団体と消費者協会

前述したように、保険業界の団体には、保険協会があるが、消費者団体として、よく知られているのは、消費者協会である。これらの団体はマスコミとの連携が密接であり、市民の声を行政機関、保険会社に伝える能力を有している。日本の消費者団体と違うところは、中国の消費者協会は、政府の外郭団体の「半官半民」的な組織であり、政府からの支持を得ているため、マスコミの支持も簡単に得られるという点である。近年、消費者協会は、保険募集に関するトラブルの急増に悩まされている。保険に関わる消費者保護のため、トラブルを最低限に抑えるよう政府とマスコミに呼びかけているが、なかなか効果が得られず、今後、保険募集に関するトラブルはますます増えることが懸念される。

2. 法律・行政規定による保険募集に関する禁止行為

保険募集に関連する法律と行政規定について、次に掲げる法規が公布されている。

中国では、1995年6月に保険法が制定されたが、前述したように、これを受けて、中国人民銀行は、1997年11月末、「代理人規定」を公布した。そして、同会が設置された後、保険監督管理委員会は、2001年11月29日に保険代理機構に対する行政規定にあたる「保険代理機構の管理規定」を公布した。

それらの法律と行政規定は、不正募集行為を幅広く規制しており、禁止されている行為は一部重複することもあるが、次のようにまとめることができる。

(1) 保険約款と料率の変更

保険契約者または被保険者に対してみだりに保険約款（保険契約の内容）を変更することや、保険料率を上げる（下げる）ことは、当然禁止される。たとえば、重大疾病保険の場合は、保険契約の有効期間内に、保険代理人が保険契約者に対して、保険約款で定められている担保疾病を不担保にする、または保険料を値上げする行為は、保険契約者および被保険者が不利益になる可能性があり、保険監督管理委員会はそれを禁止することを代理人規定で明定している。また、みだりに保険料を値下げする行為は保険会社に損害が生じる恐れがあるため、禁止行為としている。

(2) 行政権力、職務、職業的立場の利用

中国では、行政権力、職務、職業的立場を利用し、保険契約者を強迫、誘惑して指定した保険に加入させることが多発していたため、以降もこのような不正募集行為が多く行われると想定し、募集の関連規定では、このような不正募集行為を重点的に規制する対象として指定した。

（３）強迫と乗換

行政権力、職務、職業的立場を利用することを除いたその他の不正な手段を使用し、保険契約者、または被保険者に対して、保険の加入を強迫する行為、または不利益となる事実を告げずに、すでにある保険会社の保険契約を解約させて他の保険会社の保険契約の申込みをさせる行為、いわゆる乗換募集行為は禁止されている。このような保険会社を乗換える募集行為については、規制を設けているが、同じ保険会社で一つの保険商品から他の保険商品への乗換募集行為、言い換えれば、自社既存の保険契約の乗換募集行為については、何ら規定されていない。仮に、保険契約者または被保険者に対して不利益を及ぼすことになる場合、このような募集行為を規制するべきかどうかについて、中国の募集制度では明らかにしていない。

（４）保険会社を騙すこと

保険募集人が保険契約者、被保険者または保険金受取人と共謀する「保険金詐欺」行為は禁止されている。諸外国では、保険契約者側の保険金詐欺事件は多いが、保険募集人が共謀するケースは少ない。しかし、中国においては、逆に共謀事件が多く、特に、自動車保険、および生命保険などで発生するケースが多い。なぜならば、詐欺行為がしやすいからである。

この点について、保険法では、保険契約者側の保険金詐欺の違法行為（保険法 138 条 1 項）、および保険会社の従業員の違法行為（141 条）⁽³²⁾が処罰の対象となっている。

（５）誤解されやすい宣伝

保険会社間の不正競争を防止するため、他の保険会社、保険代理人に対する不正確な宣伝、または保険契約者などの消費者を誤解させる宣伝をするなどの行為は禁止されている。

（６）再保険業務への従事

代理人規定において、保険代理人は再保険業務に従事することができないと定めている。また、外国保険会社は保険監督管理委員会の許可なしで、中国国内で再保険業務に従事することはできない。

（７）保険証券の署名・発行

保険証券は、保険契約者と保険会社との間で締結する保険契約の証明文書である。これは、保険会社が保険契約者に発行するものであり、保険事故が発生した場合に、保険契約者が保険者（保険会社）に保険金や損害補填を請求する根拠となる。しかし、権限がない保険代理人が勝手に保

⁽³²⁾ 保険法 141 条は、「保険会社の従業員が職務上の便宜を利用し、故意にまだ発生していない保険事故を虚構し、それを偽装処理して、損害を補填し、保険金を騙し取った場合、それによる犯罪を構成する場合には、法に従って刑事責任を追及する。」と規定している。

険証券に署名し、発行する行為が多発し、保険料の流用または横領を招致した事件も度々生じている。そのため保険監督管理委員会は、禁止規定として設けている。

(8) 保険料の流用

保険料を流用、横領する行為は、中国における保険代理人の違法事件の中でも最も多い事件である。保険料の流用または横領事件の直接の被害者は、保険会社または保険契約者であるが、保険市場の健全性にも大きな影響を及ぼすことは間違いない。保険会社が保険代理人をどのように有効に監督管理するかが、大きな課題となっている。

(9) 保険料以外の徴収

代理人規定が公布されるまでは、様々な名目で保険料以外の費用を徴収することが大変多く発生していた。たとえば、相談料、保険募集人の交通費、申込用紙代、サービス費、手数料等である。更に、地方によっては、費用名目および費用徴収の標準も異なってくる。保険契約者などを保護するため、保険契約者から保険料以外の費用を徴収することができないと明確に規定することは、保険契約者など消費者にとって、とても重要な意味を持っている。

(10) 保険代理人と保険ブローカーの兼営

保険代理人制度と保険ブローカー制度は性質、経営の方式、法律責任などが違うため、保険代理人が保険ブローカーの業務を兼営すると、保険契約者など消費者または保険会社に対して、不利益を与える恐れがある。そのため、両業務の兼営は禁止されることになった。

3. 規制対象

(1) 保険会社

保険法に基づいて設立される保険会社であり、中外合弁保険会社、外国資本が参与する保険会社、および外国の保険会社が中国国内で設置する支店（支社）も含む。

(2) 保険代理会社

保険法、保険会社の管理規定（保険監督管理委員会制定・公布、2000年3月1日施行）、代理人規定、および保険代理機構の管理規定に基づいて設立される保険代理会社、また、その保険代理会社の子会社も含む。

(3) 兼業保険代理人

兼業保険代理人に関する具体的な議論については、既述⁽³³⁾ (19 ページを参照されたい)。

(4) 個人保険代理人

個人保険代理人に関する具体的な議論については、既述⁽³⁴⁾ (20 ページを参照されたい)。

(5) 保険ブローカー

保険ブローカーは、保険法および保険監督管理委員会の関連規定に基づいて設立され、保険契約者の利益に基づいて保険契約者と保険者の契約を締結するために仲介サービスを提供し、かつ法に従って手数料を徴収する団体である。

(6) 保険会社の外務職員

保険会社の従業員、保険募集に専門的に従事する外務職員である。

(7) 保険会社の役員

保険会社の役員の中で、保険募集に関連する「資格証書」および「保険募集免許証」を有する者が、規制の対象になる。

4. 保険募集トラブルの実態と問題点

保険募集、特に生命保険募集中や保険契約締結後のトラブルが多発している。中国消費者協会の報告によると、消費者からの苦情相談総数の半数以上は、保険募集と関係がある。中国のマスコミでも保険募集のトラブルに関する報道は日常茶飯事になり、こうした状況の結果、保険募集人のイメージもダウンしている。

保険募集のトラブルを大別すると、保険会社と消費者との間のトラブル（保険約款に関するトラブル）、保険代理人と消費者との間のトラブル、保険代理人と保険会社との間のトラブルに分けられ、概ね下記のようにまとめることができる。

(1) 保険約款に関するトラブル

① 重大疾病保険か、後遺症保険か

中国において、生保商品は、必ず保険監督管理委員会の審査を受け、認可を得なければ募集

⁽³³⁾ この点について、拙稿の「中国保険募集制度の現状と問題点」(Insurance 生保版、2001.8.23、2001.9.6、2001.9.13)を参照されたい。

⁽³⁴⁾ 前注参照。

することができない。しかし、保険監督管理委員会の審査を受け、募集認可を得た商品を販売しても、それらの保険約款に関して、生保会社と消費者間のトラブルが後を絶たない状態である。最近、もっとも注目される事件は、中国系各生保会社が募集している重大疾病保険を巡る紛争である。

重大疾病保険は、人気商品としてよく売れている。各生保会社が扱っている重大疾病保険の設計、約款の内容はほぼ同じであり、同様の文言を使っている。

ところが、この重大疾病保険の約款で一部の疾病について、疾病に関する定義が定められず、給付の条件として、その疾病の後遺症を指している箇所がある。約款によれば、疾病を発病した段階ではなく、後遺症が残った段階で保険金の給付の対象になっている。今まで、中国系の各生保会社は、重大疾病保険を募集するとき、上記のことを完全に隠し、消費者（保険契約者）に対する説明もなかった。

だが、2002 年末、次に掲げる事案が発生した。

A(保険契約者、保険金受取人)は30代の女性であり、Y(中国系の某生保会社)と「重大疾病保険」契約を締結した。Yの重大疾病保険の宣伝資料では、当該保険は、癌、心筋梗塞、脳卒中等10種類の疾病が保険の対象になると明記している。

Aは、重大疾病保険に加入した4年後、脳卒中のため入院し、直ちに脳の手術をした。38日後、大きな後遺症も残らず退院した。そして、AがYに保険金を請求したところ、YはAの脳卒中が保険約款で定めている脳卒中の定義と合致していないことを理由に保険金の給付を拒否した。

Yの重大疾病保険の約款は、次のように定めている。「保険事故が発生した6カ月後、脳神経の専門医の診断によって、次に掲げる障害の一つに認定された場合、保険金を支払う。①植物人間になった状態、②一肢以上の機能を完全に喪失した状態、③二肢以上の運動または感覚障害によって、自力で日常生活ができない状態、④話すまたは食物を嚙む機能を喪失した状態」。

上記の事例を約款に当てはめると、脳卒中という疾病を患って、手術をしても、治療を受けた後、約款で列挙した後遺障害が残らなかった場合、生保会社は保険金の支払い責任を免除されることになる、解釈できる。

そうすると、重大疾病保険の約款で脳卒中に関する給付する定めは、完全に人々の常識と異なるものといえるが、重大疾病保険と名乗る保険は、一体疾病保険であるか、それとも後遺障害保険か、という疑問の声も聞こえてくる。

また、重大疾病保険の加入者の総数は、約200万人ないし300万人いるが、消費者を保護する視点から見ると、生保会社は募集責任または説明義務があるかどうか、保険監督管理委員会はどこまで監督責任を果たすか、という問題も残されている。

② 保険責任開始時間

生保契約の保険責任開始時間についても、保険契約者と保険会社間でのトラブルが多い。

中国人寿保険会社の普通約款を例にすると、約款第3条〔保険責任の開始〕では、「この保険契約は、本公司の承諾を得て、初期保険料を領収し、かつ保険証券を発行した翌日から効力を生じる。別の約定を除いて、この保険契約の効力が生じる日を本公司の保険責任開始日とする」と定めている。ところが、モラルハザード (moral hazard) を防止するため、一部の生保商品で、発効までの待ち期間を設定するケースがある。すなわち、保険契約が成立してから、90日後保険責任を開始するか、また180日後に開始するかに分かれる。換言すれば、保険契約が成立してから、90日、または180日以内に保険事故が発生しても、保険会社は免責になるという定めである。しかし、このような方式をとると、保険契約者が免責期間についても保険料を負担したにもかかわらず、保険会社が免責になるという異常な事態になるわけである。この点については、消費者から厳しい批判を浴びており、トラブルも多く、裁判に持ち込まれるケースもある。

③ 主契約と特約との関係

中国において、ほとんどの生保商品は、主契約と特約との関係が弱く、主契約は長期契約であり、10年、20年、30年型であるが、特約は、ほとんどが短期契約であり、一年契約のものが多い。そうすると、主契約が長期であっても、特約は一年ごとに更新しなければならない。

問題になるのは特約を更新する際に、その前年度に保険金が給付されていた場合、その給付された事由について更新される契約の中で不担保とされてしまう可能性が高いことである。

ある被保険者の医療特約の例では、特約の有効期間内に肝臓病で入院し、治療を受け退院した後、保険会社から入院治療保険金を受け取った。この場合、完治するかどうかに関係なく次の年度に特約を更新する際に、保険会社側から肝臓に関するすべての病気を不担保とされた。保険会社は免責になるのである。このような新しい内容の特約が保険会社から提示された場合、保険契約者の反論する余地は少なく、選択の自由もないまま提示された特約の内容をほぼ認めるほかない。仮に、保険契約者が納得せず新しい特約を受け入れなければ特約は終了となる。

これは保険会社にとってリスクを最大限回避する手法にもなるが、問題は消費者の不満が高まりトラブルを誘発した結果、裁判に持ち込まれるケースも少なくないことである。

④ 解除権の失効（除斥期間）

生保会社の保険契約解除権の失効（除斥期間）について、日本の商法によると解除権は保険者が保険契約の解除の原因を知ったときから一ヶ月間、これを行使しないとき、または契約成立の時から5年を経過したときに消滅すると定めている。保険実務上においてはその解除権の失効（除斥期間）は、一般的には2年となっている。

ところが、中国の保険法ではこの点が明確に定まっていないため、各生保会社は上記の制度を未だに導入していない。各生保会社の対応も様々であるが、大別すると次に掲げる二つの方

法がある。一つは、多数の生保会社で用いられている対応策であるが、除斥期間を置かない、つまり会社が常に契約を解除できると定めることである。多くの場合、保険契約者または被保険者が納得できずに生保会社との紛争に発展し、裁判まで持ち込まれることがある。もう一つは少数の生保会社のケースであるが、保険市場のニーズに応じて除斥期間を置くことである。これらの問題がどのようなトラブルを誘発したかについて、次の実例を参照されたい。

ある被保険者のケースだが、保険契約を締結する以前、肺結核を罹ったことがあった。保険契約者と被保険者はそのことを報告せぬまま、ある外資系会社の養老保険に加入した。それから6年を病気もなく健康に過ごした後7年目に、被保険者は高血圧のため一ヶ月の入院を余儀なくされた。その際、保険会社に入院給付金の給付を請求したところ、保険会社側から告知義務違反が通知され、入院給付金は支払われず保険契約が解除された。また類似したケースとして保険契約者と被保険者が告知義務を怠り、5年後に被保険者が別の病気で死亡、現在保険会社が告知義務違反を理由として死亡保険金の支払いを拒否、裁判で争っている。この問題については消費者の不満がかなり強い。

⑤ 契約、約款の解釈

中国系の生保会社の約款を見ると文章の推敲が乏しく、約款の厳密性、公平性が足りず、紛争の元になり得るような曖昧な言葉が散在している。いったん紛争が生じたとき、保険会社側が一方的に会社に有利な解釈をし、保険契約者の利益を侵害するケースが多く、消費者の不満を誘発することになる。

たとえば、ある生保会社の約款では、被保険者の内臓が「機能を永久に全て失った」場合に保険金を給付するという定めがある。一例だが、ある被保険者が腎臓の病気の結果、片方の腎臓を手術で摘出した。退院した後生保会社に保険金を請求したところ、生保会社が「二つの腎臓摘出ではなく、片方の腎臓の摘出では機能を永久に全て失ったことにはならない。したがって今回の例は給付条件に該当せず、保険会社は保険金支払い責任を免除され、保険金は支給されない」として、保険金の支払いを拒否した。裁判で当事者間は和解したが、一般消費者による保険会社のイメージダウンは免れなかった。

⑥ 保険金請求が難しい

「保険金請求難」という問題はここ数年話題になっており、なかなか事態の改善がされぬまま、消費者の反発が大きい。保険金請求が難しいのは、それぞれが独立した問題ではなく、多様な要因の結果としてである。それらの実態をまとめると、以下に掲げるケースがある。

第一、請求事実と約款の定めが合致せず、保険会社側が拒否した。

第二、保険契約の内容または約款に対する解釈をめぐって、保険契約者と保険会社側との理解のすれ違い。

第三、保険会社に保険金を請求した後の処理時間の掛かりすぎ。

第四、保険会社の窓口担当者のサービス不備。

第五、保険契約を締結するとき、免責条項の説明が不十分で、保険金を請求する際に免責事項であると告げられる。

第六、消費者にとって、前述した主契約と特約との関係問題および解除権の失効（除斥期間）問題などが、「保険金請求難」とリンクしている。

上記の問題を解決するためには、保険募集システムの整理も含めた生保商品の設計にも関わるものであり、総合的な対応が必要である。

(2) 個人保険代理人と消費者との間のトラブル

中国における生保商品の募集を巡るトラブルは多く、種類も多い。上海市の状況を例として挙げると、上海市保険同業公会（日本の生・損保協会に相当する）の調べによれば、2002年4月に各保険会社および同公会の窓口に苦情を訴えた件数は、1098件である。この苦情統計は年間統計ではなく、1ヶ月のみの数字であり、実態の深刻さがうかがい知れる。

ところが、訴えられた苦情の内容をみると、前述の法律・行政規定で禁止されている行為のみではない。もっともトラブルが発生しやすい原因は、次のようにまとめることができる。

① 説明義務違反

保険代理人が保険会社の代わりに生保商品に関する約款や免責条項の説明義務を果たさない、すなわち、説明義務違反に関するトラブルが最も多い。特に「投資連結保険」（変額保険）などの投資型保険商品に関しては、資金運用の利回りについて、誇張、拡大予想するケースが多い。上記の上海市保険同業公会の苦情統計（以下、「苦情統計」と略す）によると、この種の苦情は、全体の43%を占めている。

また、保険代理人が故意に保険契約者を騙し、生保商品に関して嘘を述べ、保険契約を締結させられたという苦情も260件以上あり、これは全体の約25%にあたる。

② 契約申込書の代行記入

1、2年前まで、この種の苦情は、大変多く寄せられていた。保険契約を成立させ、多額の手数料（コミッション）を得るため、個人保険代理人が保険契約者の代わりに、保険契約申込書の代行記入および署名するというケースが多発していた。

最近、このような案件は少なくなり、上海市の苦情統計によれば、2002年4月は、15件であり、全体の1.3%のみとなっている。この種類のトラブルは、保険金を請求するときに発生しやすい。したがって、すでに保険契約申込書の代行記入および保険契約者に替わり署名したが、

まだ保険会社側に把握されていない契約が、いつトラブルに転換するかについては明らかではない。

③ クーリングオフの無視

クーリングオフ制度といえば、実務上第一回保険料に相当する金額の払込のあった日からその日を含めて数日が経過するまでの間は保険契約の申込を撤回することができるとし、その場合には、払い込まれた金額を返還するという制度である。中国では、日本と同様のクーリングオフ制度を実施している。

ところが、中国において、このような制度を無視するケースが多発している。

中国の生保会社は、保険契約が成立した後、個人保険代理人がその保険証券を保険契約者に手渡しで交付する方式を採用している。問題は、一部の個人保険代理人がこの新規契約を確保するため、つまり、すでに保険契約申込書を提出し、第一回保険料に相当する金額を支払った保険契約者を確保するため、クーリングオフ制度を無視しても構わないという考え方を持っていることである。具体的な手法としては、個人保険代理人が保険会社から保険契約者に遅滞なく、迅速に保険証券を手渡すように指示を受けているにも関わらず、わざとクーリングオフの有効期間（中国の場合は、10日）が過ぎた時点で、保険契約者に渡す、というものである。要するに、保険契約者に手渡した時点で、すでに保険契約の申込を撤回することが不可能な状態となっている。苦情統計によると、この種類の苦情は38件あり、3.5%である。

特に、一部の個人保険代理人において、保険商品の内容について、保険契約者に虚偽を告げる行為、重要事項の不説明、契約配当などを拡大予測するといった行為と、上記のようなクーリングオフ制度の無視とが重なっているケースは少なくない。

この点については、現地の中国系保険会社、外資系保険会社とも頭を悩ませており、今後、どのように対応するかについて、一つの課題として重要視しなければならない。

④ 保険契約担当者の不在

これには、大体次に掲げる2つのケースがある。

一つは、個人保険代理人が退職し、または他社に転職した場合に、在職中に担当していた保険契約者との事務的な連絡が途絶えるケースである。このケースでは、個人保険代理人が退職した後の引継ぎがうまくできていない。その原因は、指定された後任の担当者が、既契約の担当にはあまり興味がなく、インセンティブが高い新規契約の開拓に力を入れているからである。

もう一つは、保険契約を締結した後、保険契約者がその保険の担当代理人と事務的な連絡が取り難くなる、もしくは取れなくなるケースである。この場合も前のケースと同様で、個人保険代理人が新規契約の開拓に忙しく、既契約の保険契約者に呼ばれても、応じられないのがその原因である。

こうした場合、保険契約者は直接、保険会社に連絡するか、または現地の保険協会（同業公会）の苦情窓口に訴えるしかない。上海市の苦情統計によるとこの種の苦情は約 15%を占める。

(3) 個人保険代理人と保険会社との間のトラブル

① 個人保険代理人の説明義務違反と保険会社側の責任

2001 年、平安保険会社の主力商品である「投資連結保険」（変額保険）をめぐる数多くのトラブルが発生した。同社の個人保険代理人が投資連結保険を募集する際、資金運用のリスクを保険契約者が負担することについての十分な説明を怠り、逆に根拠もなしに資産運用の利回りについて誇張した内容（例えば、年利回り 18%）を予測した。株式市場が長期低迷した結果、資産運用の実績が悪化、元本割れという事態になった。

保険契約者が生保会社に保険契約の解除と損害賠償を求めたが、生保会社は当該個人保険代理人が利回りを誇張したとし、責任は個人保険代理人にあり会社側に非はないと主張した。個人保険代理人は、会社からクビにされるリスクを避けたいがため責任を認めざるを得ず、自分で損害賠償金を保険契約者に支払った。ところが、この事件は全国的に知れ渡り、平安保険会社に「投資連結保険」の解約が殺到した。

要点としては個人保険代理人の説明義務違反と保険会社側の責任について、どのような見解をもつかである。確かに、保険会社は、個人保険代理人に顧客に対して誇張した予測をすることは強要してはいない。問題は個人保険代理人が、コミッションのみを追求し、ルールを逸脱しても構わないということになると、会社側はどうしようもない状況に陥るということである。ただし、投資連結保険は、保険金融商品であり、リスクも高く、会社側がそのリスクを個人保険代理人に十分に伝えたかどうかは留意する必要がある。消費者の視点は、やはり保険会社の使用者責任を問うものだ。

② 募集トラブル発生後の法律責任

たとえば、個人保険代理人が保険者を代理して保険を募集する際、その募集行為に従って生じた損害について誰がその責任を負うべきなのか。個人保険代理人が保険募集業務の中で消費者に損害を与えた場合、法に基づく損害賠償責任について、保険会社が負うべきか、それとも個人保険代理人が負うべきかは熟考に値する。

保険法の改正以前、「保険者は、保険代理人が保険者の授権に従って保険業務を代理する行為に対して責任を負う」（改正前法 124 条 1 項）と定まっており、保険代理人が保険者の授権の範囲内で、保険者を代行して保険募集業務を取り扱う行為に従って生じた法律責任は、保険者が負う。しかし、保険者の授権の範囲を超えた行為があった場合、その行為より生じた法律責任は保険者が負わなくてもよいと定められていた。

ところが、改正保険法（2002 年改正）は、「1 保険者は、保険代理人が保険者の授権に従っ

て保険業務を代理する行為に対して責任を負う。2 保険代理人が保険者の保険業務を代理する際、代理権限を越える行為であっても、保険代理人が代理権を有することを保険契約者が信じて、保険契約を締結した場合、保険者は、責任を負わなければならない。但し、保険者は、法に従って保険代理人の権限を越える責任を追及することができる」(改正法 128 条)と定めている。

上記の保険法改正については、次に掲げる 2 つの内容に留意すべきである。

第 1 に、保険会社は、保険代理人が保険会社の授権に従って保険を募集する行為に対して、責任を負う。これは、改正前の保険法ですでに定めており、改正法もそれを引き続き定めている。

第 2 に、改正法の第 2 項は、「表見代理」という法概念が導入されたものと見受けられ、それは善意の第三者（消費者）の保護を図るためである。「表見代理」を保険法に導入することによって、会社は、代理人の募集行為が授権範囲内か外かに関わらず保険契約を締結した後、契約者が代理人に募集の権限があると信じ、事故が生じた場合、会社の責任は免れず保険金の支払い義務があり、または損害を受けた第三者に対して賠償の責任を負う。

ただし、保険代理人がその権限を越える「表見代理」の行為を実施したことによって、保険会社が損害を受けた場合には、その契約の代理人に対し責任を追及することができる。生保会社は会社の授権を超える行為に起因する損失責任について代理人をどこまで追及することができるのか、この問題は、今後の保険実務上の課題になるだろう。

③ 保険会社と個人保険代理人との係争問題

保険会社と個人保険代理人間の係争は、ほとんどの場合代理人が会社との間で締結した契約に違反し、会社がその代理人との契約を解除することを巡って生じる。

● 労働仲裁の対象ではない

中国の労働（雇用）に関連する法律・行政規定によれば、雇用・労働契約に関する労使紛争は、行政機関である労働仲裁委員会の仲裁を受けることになっている。その仲裁を経ないと、裁判に持ち込むことができない。

事例として個人保険代理人側の主張を引用するなら、会社が代理人と締結した契約は委託代理契約でなく、雇用・労働契約関係にあるとし、会社側に損害賠償を求めるケースが挙げられる。当事者である個人保険代理人は、労働・社会保障管理局の労働仲裁委員会（注：当委員会は、職員・労働者と雇用主との間に生じた雇用・労働紛争のみを仲裁する機関である）に労働仲裁を申し立てたが、労働仲裁委員会は当該紛争が雇用・労働紛争ではない（個人保険代理人と生保会社の関係は雇用関係ではない）ので、労働仲裁の対象ではないと判断した。結局、個人保険代理人は裁判所に訴訟を起こした。中国において、保険会社と個人保険代理人との間に

締結された契約は、雇用・労働契約でなく、委託代理契約である。

● 紛争解決の方法

前述のとおり、委託代理契約当事者間に紛争があった場合は、労働仲裁を申し立てることができない。当事者は、契約で定められている紛争解決の方法に基づいて解決すべきである。換言すれば、万が一当事者間で紛争があった場合は調停にするか仲裁にするか、または裁判にするかという選択がある。

調停を選択すれば、紛争の解決は行政監督機関に任せられる。行政監督機関の調停の結果に納得できない場合は、裁判所に持ち込むことができる。

契約で、仲裁を紛争解決の方法として指定すれば、中国仲裁法の規定を遵守しなければならない。仲裁法4条は、「当事者が仲裁合意を成立した後、一方が人民法院（裁判所）に提訴した場合、人民法院は受理しない」と定めている。したがって、仲裁を選択すれば裁判所に訴訟を起こすことはできない。逆に、裁判を選択すると仲裁で解決することを求めることはできない。

個人保険代理人が原告で、保険会社を被告とする訴訟案件は、殆どが保険会社の都合により「保険代理委託契約」が解除されたことに起因する訴訟である。解除の原因は、個人保険代理人の契約違反行為にある。保険募集の反則行為に対して、生保会社が個人保険代理人を教育せず、一方的に個人保険代理人との間の契約を解除することを続ければ、保険監督管理委員会が各種の有効な措置を採らない限り、契約当事者間のトラブルは後を絶たず、むしろ増える一方ではないだろうか。

VI. おわりに

中国の生保市場に関して、商品、募集チャネル、トラブル、3つの分野での最新情報を伝えると同時に、解説・分析してきた。本稿で述べたように、中国の生保募集市場では、商品の変化が激しく、市場規模拡大の速度も非常に速い。また、WTO加盟後の中国生保市場には今後ますます成長できる潜在能力があり、大変有望な市場であることは間違いない。

しかしながら、本稿で指摘したように、この市場が先進国のように成熟しているわけでもなく、日本保険業界の識者には想像のできない事態が頻繁に発生している。特に、保険経営者と消費者との対立、消費者のニーズに合わせた商品設計の不足、保険に関する法整備の遅れ、保険監督官庁の監督責任の不十分さなど、様々な問題が未だ多く存在している。

今後、中国政府は、国内の生保会社（外資系生保会社を含む）に対する監督管理をいっそう厳しくするだろうが、一方で一部の規制は緩和されるだろう。特に、WTO加盟時、中国政府が約束した市場開放に関する規制が緩和されれば、生保市場の競争はもっと激しくなるため、どのように生保市場の秩序を維持するか、また、本稿で指摘した多くの問題点をどのようにクリアするか、注目すべきところである。

参考文献

(日本語書)

- [1]石田 満 「商法Ⅳ (保険法)」青林書院新社 昭和 53 年
- [2]大森 忠夫 「保険法」(法律学全集)有斐閣、昭和 32 年
- [3]田辺 康平 「現代 保険法」文真堂
- [4]田中 誠二=原茂 太一 「新版 保険法」千倉書房
- [5]竹内 昭夫 編 「保険業法のあり方」有斐閣 1992 年

(中国語書)

- [6]莊 咏文 主編「保険法教程」法律出版社 1986 年 6 月
- [7]竈 有土 主編 「保険法概論」北京大学出版社 1993 年 1 月
- [8]干=高 編 「最新保険法条文釈義」人民法院出版社 1995 年 8 月
- [9]下 耀武 「保険法精解」工商出版社 1996 年 5 月
- [10]房=董 主編 「《中華人民共和国保険法》釈義」中国計画出版社 1995 年 9 月
- [11]周=顔 主編「中国保険法規既章程大全 (1865-1953)」上海人民出版社 1992 年 3 月
- [12]魏 鵬飛 主編 「中国保険百科全書」中国発展出版社 1992 年 9 月
- [13]侯 文若 主編 「保険法与保険実務全書」企業管理出版社 1995 年 9 月
- [14]叶=王 主編 「中国保険法律与実務」中国致公出版社 1995 年 8 月
- [15]李=駱 主編 「保険法与保険実務全書」中国商業出版社 1995 年 8 月
- [16]傅 安平等主編 「中華人民共和国保険法実務全書」企業管理出版社 1995 年 8 月
- [17]「中国保険年鑑」各年号
- [18]「上海保険年鑑」各年号

(拙稿)

- [19]『中国保険の理論と実務』中央経済社、1998.9
- [20]「中国の保険市場の現状」Insurance 新年特集号 (2001.1.1)
- [21]「海外を舞台とした保険金詐欺事件とモラルリスク・マネジメント」生命保険経営、
2001 年 1 月 1 日
- [22]「中国におけるヒット生保商品ー中国版変額保険「投資連結保険」についてー」ニッセイ基礎研 REPORT (2001.5)
- [23]「日系保険会社が中国の W T O 加盟後の進出について」Insurance (損保版、
2001.5.17、24)
- [24]「中国・W T O 加盟後の日系保険会社進出について」Insurance (生保版、2001.6.21、
28)、

- [25] 「個人保険代理人的法律地位」(中国語) 中国保険報 (中国新聞紙) 2001. 7. 19
- [26] 「中国保険募集人制度の現状と問題点」 Insurance (生保版、 2001. 8. 23、 9. 6、 9. 13)
- [27] 「中国 WTO 加盟による保険業への影響」 Insurance (損保版、 2002. 1. 1)
- [28] 「中国 WTO 加盟後の外資保険会社に対する新しい法規制」 国際商事法務 (Vol. 30, No. 2、
No. 3 (2002))
- [29] 「Impact of China's Accession to the WTO on the Insurance Industry」 Japan Insurance
news (March/April 2002)
- [30] 「中国保険法改正の動向及び問題点」 Insurance (損保版、 2002. 9. 26)
- [31] 「中国保険法改正とその問題点」 Insurance (生保版、 2002. 11. 14)
- [32] 「中国 WTO 加盟後初の「保険法」改正」 ニッセイ基礎研 REPORT (2002. 12)
- [33] 「中国保険法現行法(上)」 Insurance (損保版、 2002. 12. 5、 12. 12)
- [34] 「中国 WTO 加盟後初の保険法改正」 国際商事法務 (Vol. 130, No. 12 (2002) -No. 5 (2003))
- [35] 「重大疾病険別成後遺症保険」(中国語) 中国保険報 (中国新聞紙) 2003. 1. 22
- [36] 「WTO 加盟後の中国生保市場の新動向」 ニッセイ基礎研 REPORT (2003. 8)