

英国における保険販売と適合性原則

保険研究部門 青山 麻理
maoyama@nli-research.co.jp

1. はじめに

英国では15年以上前から投資性・貯蓄性保険の販売にあたって「適合性原則」(suitability：顧客の個人的・家計的事情を考慮したうえで販売を行わなければならないという規則、売り手責任の原則)が適用されている。

1986年金融サービス法(1988年施行)は、金融商品横断的に販売規則を策定したため、当時、米国で導入されていた証券系金融商品に対する規制の考え方が投資性・貯蓄性保険^(注1)にも適用されることになったようである。

一方、保障型保険(損保、保障型生保)については、欧州保険仲介者指令(2002/92/EC)や欧州非対面販売指令(2002/65/EC)の国内法化を受けて、2005年1月に新販売規則が策定されたが、そのなかで「アドバイスを行う場合は、顧客のニーズに合致するよう合理的なステップを踏まなければならない」という行為規則が盛り込まれた。

英国は保険会社全体の収入保険料に占める投資性・貯蓄性保険の割合が高い。その中での変額商品の占率や、一時払い商品の占率も高い。また、変額商品以外の商品についても解約返戻金が保証されていないうえに、満期保険金額も

保証されていない場合が多く、日本にはないような特徴を持った商品も多い。こうした商品は主にIFA(Independent Financial Advisor)と呼ばれる独立ブローカーチャネルを通じて販売されており、IFAは保険ばかりではなく投信も含めた証券系金融商品の販売や税務相談も行っている。本稿では、英国の保険販売における適合性原則について、15年以上の実施経験を持つ投資性・貯蓄性保険を中心にレポートしたい。

2. 1986年金融サービス法下の販売規則

(1) 1986年金融サービス法の規則体系

1986年金融サービス法は金融サービスの提供に関する原則を述べた法律である。同法より授權された貿易産業省(DTI: Department of Trade and Industry)の下で、証券投資委員会(SIB: Securities Investments Board)がSIB規則に則り、日々の監督を行う各種自主規制機関(SRO: Self Regulatory Organisation)を統括していた。

こうした体制の開始時に「投資性・貯蓄性保険や投信の販売者は、独立仲介者(independent intermediary)か、専属代理人(company

representative, tied agent) のどちらかを選ばなければならない」という二極化ルールが導入され、独立仲介者であれば F I M B R A (Financial Intermediaries Managers and Brokers Regulatory Association) が、専属販売員の場合は L A U T R O (Life Assurance and Unit Trust Regulatory Organisation) が自主規制機関として監督を行うことになった^(注2)。

(2) 適合性原則の導入

当時、「適合性原則」は S I B 規則レベルで導入された。米国の証券関係規制に導入されていたものを取り入れたようである^(注3)。

S I B 規則では適合性原則に関する抽象的な規定^(注4)が導入されることになったが、各種自主規制団体の規則では S I B 規則と同等以上の規則を策定しなければならず、F I M B R A 規則や L A U T R O 規則でも、S I B 規則を若干具体化した規定が定められることになった。

独立仲介者を対象とした F I M B R A 規則^(注5)では「ノウ・ユア・クライアント」(Know your Client: アドバイスの提供にあたって顧客の個人的・家計的事情を知る義務)や、「ベスト・アドバイス」(Best advice: 顧客の事情を考慮したうえで最適な商品を推奨する義務)、「リスク警告」(Understanding of risk: 顧客にリスクを理解してもらうよう合理的なステップを踏む義務)が導入された。

専属販売員を対象とした L A U T R O 規則^(注6)もほぼ同様であるが、ベスト・アドバイスに関しては「投資家に適した契約のみを推奨すること」が定められた。

「1986年金融サービス法は独立仲介者 (I F A : Independent Financial Adviser) を新しく (疑似) プロフェッショナルとして認識する契機となった。(中略) 専属販売員が伝統的な職

業として I F A と同じ地位や特徴を共有するかどうかは疑問のままである」^(注7) という意見があるように、限られた商品を取り扱う専属販売員に対して求められるアドバイスの義務や水準は I F A のそれと同等であるかどうかは議論の対象とされてきた。その後の判例 (Gorham v British Telecommunications plc^(注8) 等) を見る限り、I F A に比べて専属販売員のベスト・アドバイス義務は限定的である、と考えられているようである。

当初、F I M B R A 規則でも L A U T R O 規則でも適合性原則に関する文書交付義務はなかったが、1995年には投資性・貯蓄性保険販売に際しての適合性に関する文書交付 (“ Reason why letter ”) が義務付けられるようになった。

3. 2000年金融サービス市場法下の販売規則

(1) 金融商品の販売規則の概要

2000年金融サービス市場法 (Financial Services Markets Act : 以下、F S M A) は、国会にて制定される Act (法律、この場合 F S M A のこと) Act によって授権された担当大臣の名で具体的な規則を定めた Statutory Instruments (省令、国会で簡略的な承認手続きを経て策定される。Order とも称される) F S A が利害関係者の意見を広く聞いた上で策定する F S A Rules (以下、F S A 規則) の3層構造となっている。

F S A 規則では、投資性・貯蓄性保険を含む投資商品の販売規則を「C O B」(Conduct of Business)、保障性保険の販売規則を「I C O B」(Insurance Conduct of Business) として定めている^(注9)。

(2) アドバイスと情報提供

日本では、保険業法上、保険募集とは、「保険契約の締結の代理又は媒介を行うこと」(第2条22項)と定義されており、「実質的には勧誘プロセスも含めた規制となっている」^(注10)。

一方、英国では、金融商品の販売プロセスは細分化されており、それぞれに許可(permission)が必要な事業として定められている。例えば、投資性・貯蓄性保険の販売については、「(紹介行為を含む)契約のアレンジ」(arranging)、「アドバイス」(investment advice)、「契約締結の媒介・代理」(dealing as agent)とそれぞれ別の許可が必要とされている。英国では適合性原則は、アドバイスを行う際に適用される規則である。

F S M Aの体系下では、アドバイス(personal recommendation)とは「ある特定の保険契約を売買したり、契約から生ずる権利の行使について、契約者や見込み客にとってのメリットをアドバイスすること」と定義されている^(注11)。

アドバイスと情報提供の違いについてF S Aは「アドバイスはアドバイザー側の意見を含み、実質的には行動に関する推奨(recommendation)であるが、情報提供は事実の供述(statements of fact or figures)である」と説明している^(注12)。実際には、アドバイスと情報提供の境界は明確ではなく、「個別化の度合い」(degree of individualization)とも見られてきたようである^(注13)。

F S Aは(保険会社からのコミッションではなく)顧客からフィーをとってその対価としてアドバイスを提供する者のみが「IFA」として名乗ることができるという規則を提案し、「業としてのアドバイス」がより明確になるような方向性を目指した。しかし、同案はIFA協会の反対にあい、妥協案での実現となった^(注14)。

(1) 投資性・貯蓄性保険の不招請勧誘

適合性原則は上述のようにアドバイスと情報提供の関係(「適合性への考慮が説明義務の内容に影響を及ぼす」^(注15))で論じられる以外に、「狭義の適合性原則」と「広義の適合性原則」の関係で論じられることもある。「(適合性原則は)ある特定の利用者に対してはどんなに説明を尽くしても一定の商品の販売・勧誘を行ってはならないことを内容とする『狭義の適合性原則』と、投資商品の販売業者は利用者の知識・経験・財産力・投資目的等に適合した形で勧誘・販売を行わなければならないとする『広義の適合性原則』とに大別される」^(注16)。一般的に、不招請勧誘とは顧客からの要請がなくてもコミュニケーションを行うことであるが、不招請勧誘の禁止も狭義適合性原則の一種と考えることができると思われる。

英国では、C O Bの適用対象となっている金融商品は「リスクの度合い」^(注17)によって販売規制の水準に濃淡がある。例えば、ワラント、レバレッジのかかったファンドに投資している商品や低流動性の商品等は「高リスク商品」とみなされ、訪問、電話等を通じたリアルタイムでの不招請勧誘が禁止されているうえに、販売時には特別なリスク警告義務がある^(注18)。

また、ダイレクト・オファー・ファイナンシャル・プロモーション^(注19)では、コミュニケーションを行う相手に適合している(suitable)と示すことができない限り、デリバティブやワラントの購入勧誘は禁止されているし、元本毀損リスクや流動性リスク等は明示されなければならない^(注20)。

変額保険を含む投資性・貯蓄性保険については不招請勧誘は可能である。

(2) 投資性・貯蓄性保険の適合性原則

F S A 規則では、「投資性・貯蓄性保険に関するアドバイスを行う場合、そのアドバイスが顧客に適している (suitable) よう、合理的なステップを踏まなければならない。販売員は投信や投資性・貯蓄性保険の販売においてその取り扱うことができる商品のなかから最適な (most suitable) ものを推奨しなければならない。また、取り扱い商品の中に、顧客にとって適切な商品がない場合は推奨を行ってはならない」(COB 5.3.5R) と定められている。

特に独立仲介者 (whole-of-market advisers、I F A のこと) については、上述の規則に加え、「市場全体から一般的に入手可能な商品に関する十分な知識を反映した基準をベースに分析を提示し、顧客のニーズに合致する最適な商品を提供しなければならない」(COB 5.3.10A・R) という規則が定められている。

しかし、独立仲介者の場合、実際には、市場にあるすべての商品のなかから最適なものを推奨するのは不可能であるため、多くの I F A は I F A ネットワーク^(注21) と呼ばれる組織に加入し、商品毎に 8 ~ 10 社程度の主要項目比較表 (「パネル」と呼ばれている) を利用、その中から商品の推奨を行っている。規則上も、「定期的に見直され、かつ、市場全体の商品から推奨を行うに十分な商品提供者のパネル」であれば、その利用は認められている。(COB 5.1.6G)

1986年金融サービス法下の行為規則では「ベスト・アドバイス」という文言が使用されていたが、「おそらく、F S A は、専属販売員のベスト・アドバイス義務が限定されていることを考慮して」^(注22)、F S M A 下の規則では、その考え方を保ちつつも、ベスト・アドバイスという文言の使用を止めた。(しかし、現在でも慣例的にベスト・アドバイスと称されることもあ

る)

F S M A 下の適合性原則も、1986年金融サービス法下の規則同様、顧客情報の収集義務や適合性レターの文書交付義務 (95年導入当時の “Reason why letter” から “Suitability letter” に名称変更) がある。

投資性・貯蓄性保険の場合、顧客から収集すべき情報としては、リスク選好度や家計状況が重視されている。顧客から得た情報については記録を作成することになっているが、そのスタイルについては規定がなく、適合性レターに含めている場合もあるようである。規則上、販売員は収集した顧客の情報に関して、(それが正しいかどうか) 顧客自身の確認を得る必要はない (COB 5.2.11G) が、実態としては、訴訟リスク等をヘッジするために、通常、販売員は顧客の確認 (サイン) をとっているようである。

顧客情報の収集に関する規則 <抄>

- ・個人顧客にアドバイスを行うにあたっては、提供するサービスに関する十分な個人的、家計上の情報を得るよう、合理的なステップを踏まなければならない。(COB 5.2.5R)
- ・最低限、顧客のニーズ、優先順位、家計状況、リスク選好度について情報収集を行わなければならない。(COB 5.2.11G)
- ・顧客が情報の提供を拒否した場合は、「情報を出してもらわないと提供するサービスの質に影響するかもしれない」という警告を発することなくアドバイスを行ってはならない。(COB 5.2.7G)
- ・顧客から得た情報については、記録を作成 (Statement of demands and needs) しなければならないが、そのスタイルは自由で、後述するように適合性レターに含めてもよい。(COB 5.2.12R, 5.2.14R, 5.2.17G)

こういった顧客情報を収集すべきかについても規定は明確ではなく、英保険協会 (A B I) の調査によれば、「顧客情報収集シートは 6 ~ 30 ページの格差があるが、顧客からの情報収集時間は全体的に長期化する傾向にある。情報収

集タイプは二極化(集中型、網羅型)しており、網羅型の場合は情報収集の時間は6時間に及ぶ」という事実が指摘されている^(注23)。

適合性レターの発行に関する規則<抄>

- ・投資性・貯蓄性保険に関するアドバイスを行った場合は、契約の締結前に適合性レターを送付しなければならない。(COB 5.3.14R)
- ・適合性レターには、商品の推奨理由や結論に至るまでの概略、当該取引について考えられるディスアドバンテージを記さなければならない。

(COB 5.3.16R)

- ・レターの形式は自由。(COB 5.3.30G)
- ・適合性レターはパーソナル・ペンションの場合は永年、その他の投資性・貯蓄性保険の場合は最低6年保管しなければならない。(COB 5.3.19A・R)
- ・適合性レターはアドバイスを行うことができると認可業者に認められた販売員によりサインされなければならない。アドバイスをを行った本人がサインするのが望ましいが、そうでない場合は、サインを行った販売員とアドバイスをを行った販売員がレターと推奨に対する責任を持たなければならない。(COB 5.3.30G・7)

適合性レターの形式に関する規定は必ずしも明確ではないため、実際、発行者の裁量により、形式もページ数もまちまちのようである。一方で、システム会社や保険会社はIFA向けに適合性レター作成のためのソフトを提供しており、FSAによりその使用も認められているため、こうしたソフトを活用した場合は、(顧客毎にカスタマイズされたものではなく)内容がパターン化する傾向にあり、それを問題視する向きもある。

(3) 適合性原則違反の効果

適合性原則違反があった場合、他の規則違反が同時に生じている場合も多く、通常、社内のコンプライアンス体制の不備に起因すると見なされ、(上限はないが、顧客に与えた損害額やそれによって得た会社の収益等を勘案して決定

される)罰金が課される場合が多い。悪質な場合は、承認取得者(approved person)^(注24)として登録されている管理者や販売員個人の業務停止や登録抹消といった措置が講じられるが、それは稀なようである。

顧客は不適切販売により損失を被った場合、FSA第150条1項をもとに法廷で損害賠償請求の訴訟を起こすことができるが、英国では、敗訴者費用負担、経済的な損害賠償への15年ルール^(注25)の適用(15年を遡って損害賠償請求を行うことはできない)があり、契約が長期にわたる生保については実際に訴訟となるケースは多くはなく、いわゆるオンブズマン(裁判外紛争処理制度)の方で処理されているケースが多いようである。

過去に不適切販売と判断された例には、パーソナル・ペンションへの切り替え^(注26)や住宅ローンと養老保険のセット販売等^(注27)があるが、不適切販売とされたケースについては、販売員と消費者の間のリスク情報等の格差に起因する場合が少なくなく、「保証していないものをあたかも保証しているように説明した」等の説明義務違反が絡んでいる場合が多いようである。

業としてのアドバイスが確立されつつある英国においても、「何が最適なアドバイスか」を判断するのは非常に困難なため、住宅ローンと養老保険のセット販売のように、投資環境や税制変更を考慮したうえでの代替商品の提示という高度なアドバイス・スキルが必要とされる場合は、事前に規制当局や英保険協会(ABI)、英アクチュアリー会等から詳細なガイダンスやマニュアルが提示され、それに沿った手続きを行わなかった場合が適合性原則違反とされたようである^(注28)。

(4) 商品の規格化と適合性原則

英国では、FSAの設立、不適切販売事件、2000年金融サービス市場法の導入等を経て、販売規則の細則化・強化が行われてきた。その結果、販売仲介者のコンプライアンス・コストが増加し、それを回収するために富裕層への販売が志向されるようになり、「低中所得者層が年金を購入せず、将来の貯蓄不足が懸念される」という指摘が財務省によってなされるまでになった。FSA自身も「保険仲介者はコストを回収する見込みのないような低価格の取引に対してアドバイスをするを躊躇するようになってきており、アドバイスは比較的裕福な人々が、相当の取引をする場合にとつてのみの選択肢になりつつある」と述べている。実際、英保険協会(ABI)の調査によれば、販売プロセスの長時間化や帳票作成に伴うコンプライアンス関係人件費・教育関係費の増加により「月払いで70ポンド(約14,000円) 一時払いで8,500ポンド(約170万円)以上の顧客でなければ収益が生じない構造が生じてきている」^(注29)。

英国は公的年金が薄く、低中所得者層の事態を憂慮し、民間の長期貯蓄商品の販売促進を目指してきた英政府は、2001年4月には低手数料の規格化商品「ステークホルダー年金」^(注30)を導入し、ステークホルダー年金については、適合性原則を含むアドバイスに関するコンプライアンス負担を軽減した。また、最近では年金の職域におけるプロモーション規制の緩和が決定された^(注31)。さらには、投信、税制優遇預金、規格化された投資商品である「(ステークホルダー年金を含む)ステークホルダー商品」等の規準化をすすめてきた。

英国は商品の事前認可を行っていないが、一部の商品の規格化を行う一方、そうした商品については適合性原則を含む販売規則の軽減を行

ってきた^(注32)。

5. 保障性保険の適合性原則

(1) 保障性保険の不招請勧誘

保障性保険の場合、どの商品についても不招請勧誘は原則可能であるが、ダイレクト・メールや電話等での遠隔地取引において、受信しただけで即時もしくは後での支払いを要求される場合、「同意をしない」という返答をしなかった時点で顧客に対して何らかの義務が発生してしまう場合に限っては不招請勧誘が禁止されている^(注33)。

(2) 保障性保険の適合性原則

2005年1月、欧州保険仲介者指令(2002/92/EC)や欧州非対面販売指令(2002/65/EC)の国内法化を受けて、それまでは登録されていなかった保障性保険の販売仲介者の登録が義務付けられ、それらに対する新販売規則が策定された。

欧州保険仲介者指令(2002/92/EC)は、生命保険会社の営業職員を除く販売仲介者(ブローカー、乗り合い代理店)に対して適用される指令であり、販売仲介者の登録義務やプロフェッショナルとしての要件、保険販売時のアドバイス等について定めたものである。英国ではこれを国内法化するにあたって、適用対象は営業職員を含む全ての販売員とした。

同指令においてもアドバイスは募集プロセスのなかで区分されており、アドバイスを提供する場合は、「公正な分析(fair analysis)に基づいてアドバイスを提供する義務があり、プロの基準に従って、顧客のニーズに十分合致した保険契約に関する推奨を行わなければならない」と定められている。(欧州保険仲介者指令第12

条2項)

英国では同条項を国内法化するにあたって、投資性・貯蓄性保険と同水準の規則を求める声もあったが、「保障性保険については要求するアドバイスの水準を高くしたところで、(不適切販売の)リスクは減少するわけではない」というFSAの見解^(注34)に基づき、保障性保険については投資性・貯蓄性保険とは異なる視点・水準のアドバイス規準を策定することになった。最終的にFSA規則のドラフト文言を書く段階で「適切な」(suitable)という文言を使用する結果にはなったが、それまでは「十分なアドバイス」(adequate advice requirement = adequate to meet the customer's needs)として議論されており、適合性というよりも、アドバイスを行うにあたって「十分な数の保障性保険商品を検討し、十分な知識を反映した基準を勧奨すべきである」(ICOB 4.2.11R)という点に重きが置かれた。

保障性保険に関する適合性の一般原則は「保障性保険に関するアドバイスを行う場合、そのアドバイスが顧客のニーズに合致するよう、合理的なステップを踏まなければならない」(ICOB 4.3.1R)という規則であるが、「取り扱い商品の中に、顧客のニーズすべてに合致する商品が必ずしもあるわけではない場合、その旨を顧客に通知するのであれば、顧客のニーズすべてに合致するわけではないと思われる商品を勧めてもよい」(ICOB 4.3.1R)とも定められており、保障性保険については、いわゆるベスト・アドバイス義務はない。したがって、専属販売員以外のIFAや乗り合い代理店についても、求められているのはグッド・アドバイス義務である。FSA自身も「保障性保険の市場では、ニーズが多様で、顧客がカバーしたいと思うリスクすべてを保障できないことが一般的で

ある」というコメントを行っている^(注35)。

このような一般原則に実効性をもたせるために、顧客情報収集義務、文書交付義務が導入されたが、こうした義務は対面販売のみならず、電話による非対面販売についても課されており、電話でアドバイス・販売を行った場合においても契約締結後早急にステートメントを送付しなければならないことになっている。

顧客情報の収集に関する規則 <抄>

- ・顧客のニーズを評価するにあたって、顧客の状況や目的等、顧客のニーズを把握できるような情報を収集しなければならない。
例えば、販売員がアドバイスや情報提供を行った既契約等である。(ICOB 4.3.2R)
- ・顧客がカバーしたいと望むリスクに対する十分な保障額、コスト、免責等の契約条件等を収集する。
(ICOB 4.3.6R)
- ・既契約情報については顧客が提供する範囲内、もしくは仲介者が既に知っている範囲での考慮でよい。また、顧客の環境に関する情報の要求される程度はケース・バイ・ケースである。
(ICOB 4.3.4G、4.4.3G)

保障性保険の顧客情報の収集に関する視点としては、「顧客がカバーしたいと望むリスクに対する十分な保障額、コスト、免責等の契約条件など」とされており、商品に内在するリスクに注目して顧客のリスク選好度や家計事情を考慮する投資性・貯蓄性保険とは大きく異なっている。

また、既契約情報についても情報収集が求められているが、「アドバイスをする際に顧客の既契約情報を考慮するというのは、ネットワーク・システムを持たない仲介者にはコストがかかる」^(注36)という意見もあり、また、顧客自身も自分の既契約状況について曖昧である場合も多く、既契約情報については顧客が提供する範囲内、もしくは仲介者が既に知っている範囲での考慮でよいとされ、必ずしもすべての既契約

情報を考慮することを求められていないようである。

Statement of Demand & Needsの発行に関する規則 <抄>

- ・ 保障保険の契約締結のアレンジを行う場合、契約締結前に、以下の事項を記したステートメントを送付しなければならない。
 - 顧客のニーズ
 - アドバイス（推奨）を行ったかどうか
 - アドバイスを行った場合は、その推奨理由
(ICOB 4.4.1R)
- ・ 顧客がすぐに保険に加入することを望んでいる場合は、口頭で確認後、契約締結後にステートメントを送付。(ICOB 4.4.1R)
- ・ ステートメントの形式は自由で、その他資料の一部として、例えば、申込書の一部として提供してもよい。(ICOB 4.4.3G、4.4.6G)
- ・ ステートメントの保管期間は3年。(但し、保管義務は顧客がアドバイスを受け入れて保障保険を購入した場合のみ)(COB 4.4.7R)

ステートメントの名称は投資性・貯蓄性保険の適合性レター(suitability letter)とは異なり、Statement of Demand & Needsとされているが、形式は、投資性・貯蓄性保険同様、発行者に委ねられている。特に保障保険の場合は、申込書等、既存資料を活用することが前提とされているようである。

保障保険に関する販売規則は導入されたばかりで、実務に一定程度配慮された形にはなっているものの、英保険協会(ABI)からは、市場への影響を懸念する声も聞かれている^(注37)。また、保障保険の場合は、投資性・貯蓄性保険のような具体的慣行も確立されていないため、今後の動向が注目される。

6. おわりに

英国の適合性原則は証券分野の規則での考え方から始まり、金融商品横断的な法制が手当さ

れるなかで、投資性・貯蓄性保険にも適用されたようである。15年以上前に投資性・貯蓄性保険の販売に関する適合性原則を導入する際に「入り口で(保険販売時に)ベスト・アドバイスをモニタリングすることはほとんど不可能」(当時の英最大手生保プルデンシャルのコービーCEO)^(注38)という意見が聞かれたが、後に生じたパーソナル・ペンションや住宅ローン養老保険における不適切販売は、このような見方を裏付ける結果となった。

こうした経験から英国では抽象的規定だけでは不適切販売を防ぐのに不十分であり、規制当局が「高リスク」と判断した商品については、不招請勧誘を禁止したり、投資環境等、時々の状況に応じて適切なアドバイスが実行されるよう詳細なガイダンスを作成すること等を通じて適合性原則に実効性をもたせてきたようである。

ただし、こうした販売規制の細則化・強化は同時に、販売プロセスの長時間化や顧客への説明資料の増加等コンプライアンス・コストの増大と、その顧客への転嫁という現象を引き起こし、富裕層のみへの販売傾斜等、その弊害が認識され始めている。

英国の販売規制を「アドバイス規制」(advice regulation)、「顧客への情報提供規制」(information regulation) 商品の事前認可や規準化という「商品規制」(product regulation)に分類すると、「FSAの最近の規制方針は特定の商品が持つリスクを強調することである。この方針の下ではアドバイス規制を議論するよりも顧客への情報提供に関する規制や商品規制の方がより目的に合致しているということにFSAは気付いたようである」^(注39)という指摘もあるように、一般的な投資性・貯蓄性保険については、情報提供規制、商品規制を含めた枠組

みの中でバランスを模索してきたようである。

最近、先述の弊害等から「買い手責任」と「売り手責任」のリバランスが図られようとしており、情報提供規制の改善^(注40)を通じた買い手責任のためのインフラづくり推進、商品リスクの早期発見等に力を入れることで、適合性原則等のアドバイス規制に揺り戻しが起こっているように見受けられる。

主要参考文献等

- ・山下友信「保険法」有斐閣 2005年
- ・野村修也「高齢社会における保険法のあり方」
保険学雑誌第584号 平成16年3月
- ・木下孝治「販売チャネルの多様化に伴う募集法制上の課題」
保険学雑誌第584号 平成17年3月
- ・小松原章「英国における新しい金融保険商品規制」
ニッセイ基礎研REPORT 2002年1月号
- ・高崎康雄「英国金融サービス市場法下の募集規制 - 日本への示唆」
生命保険経営 2002年7月
- ・小西修「英米における適合性原則規制の動向」
生命保険経営 2003年5月
- ・Gerard McMeel & John Virgo, Financial Advice and Financial Products: Law and Liability, Oxford 2001
- ・Ashurst Morris Crisp, The Financial Services and Markets Act: A Practical Legal Guide, Sweet & Maxwell 2001

-
- (注1) 当レポートで言う「保障性保険」とは、損保(general insurance)と純粋保障性保険(pure protection insurance)のことを指す。純粋保障性保険とは、以下の定義を満たすものである。
 - (a) 保険給付が死亡もしくは傷病による障害のみによって発生し、
 - (b) 死亡給付は契約から10年以内、もしくは70歳を超えないある年齢までに起こったときに支払われるもので、
 - (c) 解約返戻金がないか、一時払いの場合は解約返戻金が保険料を超えない条件で、
 - (d) 記述のような条件 [(a)(b)(c)] に合致しなくなるような転換条項が付されておらず、かつ、
 - (e) 再保険契約ではない契約のことを言う。反対に上記の条件にひとつでも合致しない場合は投資性・貯蓄性保険(qualifying contract of insurance, FSMA2000 Regulated Activities Order 2001)となる。
 - (注2) FIMBRAとLAUTROは1994年に統合され、PIA(Personal Investment Authority)となった。
 - (注3) DTI "Financial Services in the United Kingdom ; A new framework for investor protection "
 - (注4) SIB Rule, 5.01: Suitability of investments and transactions in them, 5.02, 5.03: Best Advice
 - (注5) FIMBRA Rules (C. Conduct of Business)
 - 4.2: Know your client, 4.4: Best advice
 - 4.3: Understanding of risk
 - (注6) The Rules of LAUTRO (Schedule 2, Code of conduct for members) 6~8 "Best advice to be given"
 - (注7) McMeel & Virgo, 2001年 p36
 - (注8) Gorham v British Telecommunications plc [2000] 1 WLR 2129
企業年金に加入していないBTの職員が、BTの企業年金の方が条件が良いにもかかわらず保険会社の専属販売員からパーソナル・ペンションへの加入を勧められ、加入後、暫くして死亡、遺族が訴えた事件。販売にあたって専属販売員は自らを取り扱わない商品のメリットについてまで説明する義務があるかどうかという点も争点のひとつであった。
 - (注9) 預金はC O Bの適用対象。規則番号の後ろにつく「R」(Regulation)は法的拘束力があるが、「G」(Guidance)は法的拘束力はない。
 - (注10) 山下友信「保険法」2005年 p.146
 - (注11) Regulated Activities Order § 53, AUTH 5.8.1G
 - (注12) AUTH 1.28.1G
 - (注13) McMeel & Virgo, 2001年 p18
 - (注14) 妥協案は、I F Aが受け取るコミッションと業界平均コミッション水準を顧客に提示するもので「メニュー・アプローチ」と呼ばれる。また、アドバイスと情報提供を巡る議論について、最近では、欧州投資サービス指令における議論も注目される。適合性原則は「suitability test」(顧客の個人的・家計的状况を考慮して商品を推奨する義務)と「appropriate test」(顧客の知識・投資経験等を考慮して説明する義務)の2つの概念に分けて論じられている。(CESR "CESR's Technical Advice on Possible Implementing Measures of the Directive 2004/39/EC on Markets in Financial Instruments" April 2005)
 - (注15) 野村修也「高齢社会における保険法のあり方」
保険学雑誌第584号 平成16年3月
 - (注16) 注15に同じ
 - (注17) 例えば、住宅ローン養老保険の販売は「返済元本が調達できないリスク」(capita shortfall risk)が強調されている。「高リスク商品」とは、レバレッジのきいた商品等のことで、投信や変額保険・年金等のただ単に株式をプールした伝統的な商品 (traditional pooled

- equity investments) はそう見なされていないようである。
- (注18) COB 3.10、COB 5.4
英国では「規定の投資行為に誘うこと」を「ファイナンシャル・プロモーション」と定義して、広告等の「ノンリアルタイム」と、訪問、電話等の「リアルタイム」の2分類で規則を策定している。
- (注19) ダイレクト・オファー・ファイナンシャル・プロモーションとは、定型の返答書式で、それに応えることで取引申し込みになるようなオファーのこと。
- (注20) COB 3.9.15R
- (注21) IFAネットワークはメンバーからフィーを徴収する一方、パネルの作成や保険会社とのコミッション交渉、顧客からの苦情対応等のサービスを提供している。
- (注22) McMeel & Virgo, 2001年 p351
- (注23) HM Treasury "Medium and Long-Term Retail Savings in the UK"(July 2002)他
- (注24) 認可業者 (authorised person) もしくはその指名代理人 (appointed representative) でControlled functionsを行う者は、1名以上、その承認 (approval) をFSAから得なければならない。Controlled functionsは、significant influence functions(経営幹部など顕著な影響力を持つ機能)、customer functions(顧客への営業機能)等があり、その職責を担う者は審査 (fit and proper test) を経てそれぞれ重複を許して登録が行われる。
- (注25) Limitations Act 1980
- (注26) パーソナル・ペンションとは、公的年金の報酬比例部分を個人年金としてコントラクト・アウト(適用除外)できる制度であり、1988年に導入された。パーソナル・ペンションは確定拠出型年金であり、サッチャー政権の証券市場改革による株式相場の上昇が期待されていた時期でもあったため、確定給付型が主流であった企業年金に留まっていた方が有利であると思われた人々も含めてパーソナル・ペンションへの切り替えや購入がすすめられた問題。
- (注27) 住宅ローン養老保険は、住宅ローン設定時に養老保険を購入し、元本一括返済時に養老保険の満期受け取り額(満期保険金と(消滅時)配当)を充当するものである。通常は保険料を安くするために満期保険金に予想(消滅時)配当を加えた金額が住宅ローンの元本に等しくなるようにして売られている。英国では1960年代から販売されているが、2000年頃、それまで右肩上がりであった株式市場に翳りが始まり、満期保険金額と当初予想した消滅時配当額の合計額が返済元本に到達しないケースが出てきた。また、2000年4月にローン返済金利に対する優遇税制制度が撤廃されたこともあり、「元本一括返済+養老保険」よりは「元利均等返済+逓減定期保険」の方が消費者にとって有利であると判断された。(FSA"Progress Report on Mortgage Endowments" October 2000)
- (注28) FSA, ABI "Ten-point action plan" December 1999
FOA, IOA "Report of the endowment mortgage working party" 22 July 2000
- (注29) HM Treasury "Medium and Long-Term Retail Savings in the UK"(July 2002)
- (注30) ステークホルダー年金とは、「シンプル、低リスク、低手数料」を標榜した、当初10年間の手数料が1.5%以下(その後1.0%)に定められている適用除外対応個人型年金。
- (注31) HM Treasury "FSMA Two year review; changes to secondary legislation"(February 2004)
- (注32) FSA Policy statement 04/22"A basic advice regime for the sale of stakeholder products" November 2004
- (注33) ICOB 4.7R、ICOB 8.4.1R
- (注34) FSA CP187 "Insurance selling and administration & other miscellaneous amendments" December 2002
- (注35) 注34に同じ
- (注36) 注34に同じ
- (注37) ABI News Release, 14 January 2005
- (注38) Post Magazine, 5 November, 1987
当時、「入り口で判断する」ということが難しい理由としては、手数料の形態(フロント・エンドかバック・エンドか)で解約控除額等が異なり、契約者の解約に関する行動まで考慮しなければならぬ場合もある、といった指摘もあった。
- (注39) McMeel & Virgo, 2001年 p33
- (注40) 商品構造として徐々に保証をはずしてきた英生保は、契約者に転嫁したリスクに関する顧客への情報提供の体制整備を行ってきた。例えば、「契約(約款文言)のスタンダードづくり」(Fairness of terms consumer contracts)や、配当方針、解約返戻金の決定の仕方等の顧客へのディスクロージャー方法を定める「契約者を公平に取り扱うための規則」(TPF: Treating with-profits policyholders fairly)整備である。