

# イギリスの損害保険販売規制の直近状況

## ープリンシプル・ベースへの移行ー

主任研究員 丸山 哲司

### 目 次

1. はじめに
2. 損害保険販売規制の導入
  - (1) 法令
  - (2) 監督機関
  - (3) 規制の概要
  - (4) 市場の反応
3. FSA の規制におけるキーワード
  - (1) ベター・レギュレーション
  - (2) プリンシプル・ベース
  - (3) 顧客の公正な取扱
4. FSA による規制の効果検証
  - (1) 検証方法
  - (2) 検証結果
  - (3) 今後の対応
5. 規制の見直し
  - (1) コンサルテーション・ペーパー
  - (2) 2008年1月からの新規制の導入
6. おわりに

## 1. はじめに

イギリスにおいては、2005年1月より金融サービス機構（Financial Services Authority：以下「FSA」）による損害保険の販売に関する規制が導入され、ブローカー等の保険仲介者の登録義務や顧客への商品内容等の情報提供義務その他が規定された。しかし規制導入後市場からは、この規制が過剰であり、市場の特性を反映したものではないといった批判があがっていた。

FSAは、これらの批判に応えるかたちで、2007年の第1四半期までに当該規制の効果の検証を行い、必要に応じて規制の見直しを行うと公表した。

その後、予告どおり2007年3月に、FSAより当該規制の効果検証の結果が公表された。その効果検証を受けて、2007年6月には規制の改正案が示された。一般からの意見を募集したのちに、2007年12月に新たな規制内容が公表され、2008年1月から導入される予定となっている。

FSAでは、ベター・レギュレーションの取組みの中で、プリンシプル・ベースの規制への移行を目指しており、この損害保険販売規制の改定もその一環であるとしている。

わが国においても、ベター・レギュレーションおよびプリンシプル・ベースの規制を金融の規制・監督の枠組に取り入れるべく、金融庁で検討が行われている<sup>1</sup>。

2006年9月に当研究所より発行された「諸外国における保険販売規制について」では、2005年1月に導入された損害保険販売規制の具体的内容や市場の反応について取り上げたが、本稿では、その後の規制の動向をフォローし、改定された新規制の内容を取り上げると共に、わが国でも議論されているプリンシプル・ベースの規制とは具体的にはどういったものであるかということを見ていきたい。

## 2. 損害保険販売規制の導入

従来のイギリスの金融サービス業界では規制・監督当局の他に多数の自主規制機関が存在した。損害保険販売に関しては、損害保険基準協議会（General Insurance Standards Council：以下「GISC」）による自主規制が行われていたが、欧州連合（European Union：以下「EU」）の保険仲介業務指令<sup>2</sup>が採択され、EU加盟国は保険仲介業務を営む者に対し同指令に準拠した規制を導入し、かつ公的な機関により規制・監督が行わなければならないとされた。これを受けイギリスでは、2005年1月14日よりFSAによる規制・監督が行われることとなり、GISCによる自主規制は廃止された。

ここでは、損害保険販売規制のベースとなる法令、規制・監督機関であるFSAおよび規制の概要について説明する。

---

<sup>1</sup> 金融庁のベター・レギュレーションおよびプリンシプル・ベースの規制への取組については、金融庁ホームページ、平成19年9月12日付佐藤隆文金融庁長官談話（<http://www.fsa.go.jp/common/conference/danwa/20070912.html>）参照。

<sup>2</sup> 本指令の正式名称は、「保険仲介業務に関する2002年12月9日付欧州議会および理事会指令2002/92/EC」である。一般的にはInsurance Mediation Directive：IMDと呼ばれる。

## (1) 法令

### a. 2000年金融サービス・市場法

規制・監督法令は 2001 年 12 月に施行された 2000 年金融サービス・市場法 (Financial Services and Markets Act 2000 : 以下「FSM 法」) であり、すべての金融サービスが同法により一元的な規制・監督体制の下に置かれている。

FSM 法自体は主に規制の大枠のみを規定したものであり、細部については財務省令や FSA ハンドブックなどで規定される。

### b. EU の指令

監督法令である FSM 法に加えて、損害保険販売規制に影響を与える法令として EU の指令があげられる。EU の指令とは、遵守義務のある EU の法令の一つであり、指令が採択されると、加盟国は指令に従って国内法や行政規則を改正しなければならない。

上述した保険仲介業務指令は、消費者への情報提供をはじめとする消費者保護への取組を義務付ける一方で、指令に定めた共通の資格要件に基づいて登録された保険仲介者に対しては、域内で自由に支店等を設置したり、自由にサービス提供を行うことができるようにしたものであり、2005 年 1 月 15 日が実施期限とされた。

## (2) 規制・監督機関

FSA は 1997 年 10 月、証券投資委員会 (Securities and Investments Boards : SIB) の名称を変更する形で発足した。

FSA は政府から独立した組織であり、有限責任保証会社<sup>3</sup>という民間企業の形態を取っている。また、規制対象である企業から拠出される会費で運営されている。

FSM 法第 2 条において、FSA による規制の 4 つの目的を①市場の信頼確保、②消費者の理解の向上、③消費者保護、④金融犯罪の削減と規定している。

## (3) 規制の概要

2005 年 1 月 14 日より、損害保険の販売についても FSA の規制の対象となった。FSA ハンドブックの中の一つの規定書 (Sourcebook) である保険業務行為原典 (Insurance: Conduct of Business Sourcebook : 以下「ICOB」) が新設され、その中で具体的なルールが規定されている。以下に、規制が導入された 2005 年 1 月時点での主な内容について説明する。

---

<sup>3</sup> 有限責任保証会社 (company limited by guarantee) とは、社員の責任につき、会社解散の際に会社財産がその債務を弁済するのに不足である場合において、会社に出資すべき各自の限度をあらかじめ基本定款をもって保証する会社をいう。

## a. 販売免許

FSM 法第 19 条において、一般的禁止事項として、認可を受けてない者が規制対象業務（Regulated Activity）を行うことを禁止すると規定している。

保険仲介者（Insurance Intermediary）は保険仲介業務（Insurance Mediation Activity）を行う者と定義され、規制対象業務である保険仲介業務を行うためには FSA の認可（Authorisation）を得たうえで登録されなければならない。

認可を取得するためには、能力上および財務上の要件を満たす必要がある。

## b. 情報提供義務

保険仲介者が損害保険商品の販売に際し顧客に提供しなければならない情報は ICOB 第 4 章および第 5 章に規定され、保険仲介者は原則として保険契約締結前に以下の情報を顧客に提供しなければならないとされた。ここでは、ダイレクト販売を行う保険会社も保険仲介者に含めて規定を適用している。

### (a) 自己の立場に関する情報

自己の立場に関する情報の提供義務は ICOB4.2 (Status Disclosure) に定められ、保険仲介者は、独立の立場なのか、特定の保険会社を代理しているのか等を明確にする義務がある。

### (b) 契約概要

契約概要（Policy Summary）は ICOB5.5 (Policy Summary) に定められ、保険仲介者は、契約概要を記載した文書を原則として保険契約の締結前に顧客に提供しなければならない。

図表 1 は契約概要に記載が義務付けられた内容を示している。

**図表 1 契約概要の記載内容**

(1) 契約概要には当該保険契約のすべての契約条件は含まれていない旨の説明
(2) 保険事業者の名称
(3) 保険種目および引受条件
(4) 当該保険商品の重要な特性
(5) 重要な免責事由等
(6) 上記(5)の契約書類上の記載箇所
(7) 保険の契約期間
(8) 個人顧客が付保状況を確認できる旨を記載した文書（保険期間 1 年超の契約の場合）
(9) クーリングオフの可否、およびクーリングオフが可能な場合はその内容
(10) 保険事故があった場合に連絡すべき電話番号または住所
(11) 保険事業者に苦情を申し立てる方法および当該苦情が金融オンブズマン制度またはその他の適切な苦情処理スキームで処理されるか否か

(12)保険仲介者による補償が不可能な場合、金融サービス補償制度その他の補償スキームによって顧客への補償が行われるか否か。また、これらのスキームによって補償される額や範囲等
--

(13)「重要事項」の表示
---------------

(出典：FSA, “FSA Handbook”)

### (c) 意向確認書面

意向確認書面 (Statement of demands and needs) の提供義務は ICOB4.4 (Statement of demands and needs) に定められ、保険仲介者は顧客の要望とニーズに適合する保険商品を選択するために必要な情報を収集し、収集した情報に基づき顧客の要望とニーズを記載した文書である意向確認書面を作成し、また保険の推奨を行った場合にはその理由も明示し、保険契約締結前に顧客に提供しなければならない。

ただし、電話を使った販売の場合は、口頭で意向確認書面の内容を伝えただけで、契約締結直後に文書で提供することもできるとされ、保険証券と共に顧客に送付されるのが一般的である。

### (d) その他

その他、「保険料およびその他の費用等を記載した文書 (Statement of Price)」、「事故処理プロセスに関する情報」、「利用可能な補償制度に関する方法」、「苦情の申立に関する情報」等を提供しなければならないと規定されている。

## (4) 市場の反応

FSA による販売規制がスタートすると、市場では契約締結時の情報提供の煩雑さのために、保険会社やブローカー等の保険仲介者から多くの不満の声が聞かれた。保険会社の業界団体である英国保険協会 (Association of British Insurers : ABI) やブローカーの業界団体である英国保険ブローカー協会 (British Insurance Brokers' Association : BIBA) は規制に対する分析結果やアンケート結果を公表した。以下にその内容を紹介する。

### a. 英国保険協会

英国保険協会は、2006年3月に“ The Regulation of General Insurance Sales: One Year On”と題し、2005年1月にスタートした損害保険販売規制の導入後1年を振り返ったレポートを発表した。

このレポートは、調査会社2社に調査を委託し、新たな規制が顧客にどのような影響を与えたかという分析を行っており、要約すると以下のとおりである。

- この規制はあまり多くの顧客のプラスとなっていない。
- この規制により顧客は毎年4億ポンド（約880億円）を失っている。
- 顧客は規制により提供を義務付けられた情報に興味を持っていない（必要としていない）
- この規制は市場のリスク特性を反映したものではない。

このように、英国保険協会は FSA の規制は改善を要するものであるとし、以下の提言を行った。

- 過度に詳細を規定した（Prescriptive）ルールを、原則を重視したもの（rules with principles）に改める。
- 保険規制・監督においては、よりリスクに基づいたアプローチとする。
- 規制が市場に与える影響の理解を進める。
- 保険業界とのコミュニケーションの改善を行う。

#### b. 英国保険ブローカー協会

英国保険ブローカー協会は、2006年4月に新規制に関するメンバー会社へのアンケート調査の結果を公表した。

調査によると、多くのブローカーが「FSAによる規制は重荷であり、収益を脅かしている。また、顧客にとってのメリットは少ない。」と考えているという結果であった。

また、コスト面に関しては、平均で年間収入の3.7%のコストが当該規制を遵守するために費やされているとのことである。図表2はこの規制のために要したブローカーの年間収入別のコスト割合を示しているが、中小のブローカーにとっては大きな負担となっている。

図表2 規制のために要したコスト割合

年間収入額	コスト割合
100,000ポンド以下	5.20%
100,000ポンド超－1,000,000ポンド以下	4.02%
1,000,000ポンド超－5,000,000ポンド以下	3.17%
5,000,000ポンド超－15,000,000ポンド以下	2.12%
15,000,000ポンド超－100,000,000ポンド以下	3.50%
100,000,000ポンド超	1.13%

（出典：英国保険ブローカー協会ウェブサイト）

この調査結果を受け、英国保険ブローカー協会と小企業連盟（Federation of Small Business）は連名で、FSAの規制が中小のブローカーに多くのコスト負担をさせているとして、首相宛に抗議の書簡を送付している。

### 3. FSA の規制におけるキーワード

ここでは、FSA による規制の効果検証および規制の見直しの具体的な内容を説明する前に、まず FSA の規制の前提となる考え方についてふれてみたい。

FSA の規制におけるキーワードとして、①ベター・レギュレーション、②プリンシプル・ベース、③顧客の公正な取扱いに関する取組、の3つがあげられる。

ベター・レギュレーションおよびプリンシプル・ベースについては、わが国においても金融の規制・監督の枠組に取り入れるべく、金融庁で検討が行われているが、イギリスをはじめとした欧州において進んだ取組が見受けられる。

#### (1) ベター・レギュレーション

イギリスでは、金融分野に限らず様々な分野において、国を挙げて規制を改革していくベター・レギュレーション (Better Regulation) の取組が行われている。

イギリス政府は、内閣府に規制改革局 (Better Regulation Executive: 以下「BRE」) を設置し<sup>4</sup>、あらゆる分野における不要な規制を廃止していくための提言等の活動を行っている。BRE が関係して行った提言のうち損害保険分野に関連するものとしては、2006 年 11 月のデイビットソン報告 (Davidson Review)<sup>5</sup>がある。デイビットソン報告では、EU の指令の国内法制化の過程において、必要以上の規制を課しているものに対する警告を行っているが、EU の保険仲介業務指令の国内法制化である 2005 年 1 月からの損害保険販売規制が過剰な規制であると指摘し、改善を促している。

FSA においても、金融分野のより良い規制の導入を目指し取組が進められている。その一環として、FSA は 2005 年 12 月にベター・レギュレーション行動計画 (Better Regulation Action Plan) を策定した。

ベター・レギュレーション行動計画では、これまでどのように金融分野の規制を改善してきたのか、またこれからどのように改善を続けていくのかについて①効率的で秩序のある公正な市場の促進、②個人消費者の公正な取引のための支援、③FSA の業務能力および規制効果の向上、の3つの観点で示している。現在は高い次元 (ハイレベル) の原則と詳細なルールやガイダンスの2本建ての規制を行っているが、今後はより原則を重視した規制に移行し、このことが消費者および金融業界により良い結果をもたらすものだとしている。

損害保険に関連するものとしては、2005 年 1 月より始まった損害保険販売規制に関する効果の検証を 2006 年の終わりにかけて行い、必要であれば規制の見直しを行うと、本行動計画において明記している。

<sup>4</sup> 2007 年 6 月 28 日のブラウン新政権の発足に伴い、BRE は新設された事業・企業・規制改革省 (Department for Business Enterprise & Regulatory Reform : BERR) の管轄となった。

<sup>5</sup> 政府は、イギリスにおける EU の指令の国内法制化の過程での過剰な規制の存在の調査を 2005 年 11 月元スコットランド法務次官で、王室顧問弁護士のニール・デイビットソン卿に委任し、2006 年 11 月にその最終報告書が公表された。

## (2) プリンシプル・ベース

ベター・レギュレーションの取組の中で最も重要な概念は、プリンシプル・ベースの規制（Principles-based regulation）と呼ばれるもので、詳細に規定したルールを重視するのではなく、規制の本来の目的を実現するために、理念や結果に着目した高い次元（ハイレベル）のルールを重視する規制であると定義できる。

FSA はここ数年、プリンシプル・ベースの規制という言葉を多用し、プリンシプル・ベースの規制への移行を最重要課題のひとつと位置付けている。

しかし、プリンシプル・ベースの規制は新しいものではなく、FSA は 2001 年に金融サービス提供企業全般に対する包括的な義務として業務上の 11 のプリンシプル(図表 3 参照)を定めているが、その多くは FSA の前身である証券投資委員会 (SIB) の時代から存在しているものである。

業務上の 11 のプリンシプルは、FSA の規制が何を指そうとしているのかに焦点をあて、プロセスや手順ではなく、結果や行動を重視するという観点で定められており、金融サービス提供企業に求める行動を示している。

図表 3 業務上の 11 のプリンシプル

- ① 企業は、誠実に業務を行わなければならない。
- ② 企業は、適切な能力、注意および熱心さを持って業務を行わなければならない。
- ③ 企業は、責任を持ち効率的に物事を整理し管理するために、適切な危機管理システムのもとで、適切な注意を払わなければならない。
- ④ 企業は、十分な財源を維持しなければならない。
- ⑤ 企業は、適切な市場行動の規範を遵守しなければならない。
- ⑥ 企業は、顧客の利益について尊重し、かつ顧客を公正に取り扱わなければならない。
- ⑦ 企業は、顧客が必要としている情報を尊重し、明確で、公正で、誤解を与えない方法で彼らに提供しなければならない。
- ⑧ 企業は、自社と顧客および顧客同士の利益相反を公正に管理しなければならない。
- ⑨ 企業は、その企業の判断に依存している顧客への助言や任意決定の適合性を確かにするために、適切な注意を払わなければならない。
- ⑩ 企業は、顧客の資産に責任を負う場合、顧客の資産を適切に保護しなければならない。
- ⑪ 企業は、監督機関に対し、率直かつ協力的に対応しなければならない。また、FSA が通知を合理的に期待する企業に関する情報を、FSA に適切に開示しなければならない。

(出典：FSA ウェブサイト)

FSA がプリンシプル・ベースの規制への移行を目指している理由の一つは、詳細なルールを設定しても、過去において不祥事や消費者の不利益というものを防ぐことができないだけでなく、FSA 自身や金融業界の大きな負担となっていることである。特に、中小企業においては、詳細で複雑なルールの遵守にかかる負担が大きく、混乱をきたしているという事実がある。

さらに、金融業界が市場および消費者の利益を拡大するためには、継続的な革新や新商品の開発が重要であるが、詳細な規制より結果を重視する規制の方が、これらを

よりサポートするであろうと予測している。

しかし、このことにより FSA は完全にプリンシプル・ベースの規制を行うということではなく、必要となる部分には詳細なルールを適用していく、また EU のルールの国内法制化においても、より詳細なルールを適用する可能性があるとしている。

### (3) 顧客の公正な取扱

顧客の公正な取扱 (Treating Customer Fairly : 以下「TCF」) に関する取組は、プリンシプル・ベースの規制への移行において、鍵となるテーマであり、個人消費者に対する金融規制の中心をなす取組である。

その中で、FSA は企業が実現すべき結果として以下の 6 つをあげている。

- ① 取引を行っている企業が、顧客を公正に取り扱うことを企業文化の中心に据えていることを消費者が確信できること。
- ② 個人向け市場で販売される商品やサービスが、消費者のニーズを満たすよう設計されており、また販売対象を適切に選定していること。
- ③ 消費者に明確な情報が提供されており、また購入前から購入時および購入後に至るまで、情報が適切に提供され続けていること。
- ④ 消費者が推奨を受ける場合に、その推奨が消費者を取り巻く状況を勘案しており適切であること。
- ⑤ 消費者に期待通りの商品を提供すること。また、関連サービスが、満足できる基準を満たしており、期待に応えるものであること。
- ⑥ 商品購入後の商品や販売者の変更、苦情の申立等において、消費者が企業から不当な扱いを受けないこと。

FSA の TCF の取組は 2004 年から始まり、2006 年 7 月に FSA は、企業が 6 つの結果を達成するまでの期限を 2007 年 3 月と設定した。

FSA は 2007 年 5 月に中間報告を行い、中小の金融業者を中心に条件を満たしていない企業が多いとの調査結果を報告した。図表 4 はサンプル調査の対象となった企業における TCF の達成率等を示したものであるが、小規模の企業になるほど TCF の達成が低調であることがわかる。

図表 4 TCF の達成状況 (2007 年 3 月)

企業規模	達成企業数/サンプル数	達成率
大手リテール・グループ	37/40	93%
中規模企業	379/436	87%
ホールセール企業	49/66	74%
小規模企業	273/659	41%

(出典 : FSA, “Treating Customers Fairly initiative: progress report”(2007.5))

この結果を受けて、FSA は結果を達成するまでの期限を 2008 年 12 月まで延長し、未達成の企業に対しては、期限までの達成を再度義務付けた。達成できない企業に対しては、罰金や免許取消等の処分を実施するという強い意思を持って取り組んでいる。

#### 4. FSA による規制の効果検証

2005 年 1 月より、FSA による損害保険の販売に関する規制がスタートしたが、その年の 9 月 23 日に FSA は、この規制についての効果検証を翌年の 2006 年 4 月より行うと発表した。さらに 2006 年の 6 月には、効果検証はプリンシプル・ベースの規制への移行およびベター・レギュレーション政策の観点に基づいて行われ、検証結果は 2007 年の第 1 四半期に公表されると発表された。

そして、予告どおり 2007 年 3 月に「ICOB 見直しに関する中間報告：損害保険市場における消費者の経験と結果 (ICOB Review Interim Report: Consumer Experiences and Outcomes in General Insurance Markets)」<sup>6</sup>と題して FSA の効果検証が公表された。以下に、FSA が行った効果検証の方法、その結果明らかになったこと、およびその検証結果を受けて得られた結論並びに今後への提案について述べる。

##### (1) 検証方法

検証は「市場の失敗分析 (Market failure analysis)」と呼ばれる経済分析および 3 種類の消費者調査 (Consumer research) により行われた。

##### a. 市場の失敗分析

市場の失敗分析は、ミクロ経済分析に分類され、分析対象の保険種目として、火災保険、重病保険<sup>7</sup>、個人自動車保険、旅行保険、ペット保険、所得補償保険 (Income Protection Insurance)、定期生命保険 (Term Insurance)、傷害保険、ヘルス・キャッシュ・プラン<sup>8</sup>、返済保障保険<sup>9</sup> (Payment Protection Insurance : 以下「PPI」)、個人医療保険の 11 種類の保険が選択された。

それぞれの保険種目の市場において、もし規制が存在しないと仮定した場合に、市場の失敗が生じるのか、また FSA が介入すべき状況となるのかを分析した。情報ソースとしては、FSA 独自のデータのみならず、英国保険協会 (ABI)、英国ブローカー協会 (BIBA)、ロードサービス大手兼ブローカーの “The AA” および紛争処理機関の金融オンブズマンサービス (FOS) 等の外部機関のデータも使用した。

<sup>6</sup> 詳細については、FSA ウェブサイト ([http://www.fsa.gov.uk/pages/Library/Other\\_publications/Miscellaneous/2007/icob\\_review.shtml](http://www.fsa.gov.uk/pages/Library/Other_publications/Miscellaneous/2007/icob_review.shtml)) 参照。

<sup>7</sup> 重病保険は、ガン、心臓発作、脳卒中等の場合に一定金額が支払われる保険である。

<sup>8</sup> ヘルス・キャッシュ・プランは、医療保険の一種で、少額かつ定額の補償を提供する。

<sup>9</sup> 返済保障保険 (PPI) とは、一時解雇、傷害、疾病により就業不能となった際に、一定期間 (通常 12 カ月または 24 カ月) ローンの返済を保障する保険である。

## **b. 消費者調査**

消費者調査は、情報提供のルールにより保険会社または保険仲介者から提供される情報のうち、どの情報が消費者から重要であると思われるのか、また購入の判断を行う際に利用されているのかを判断するために行われた。複数の視点で分析するために、以下の3つの調査をそれぞれ別の外部機関に委託して行った。

### **(a) 情報提供書類に関する定量的消費者調査**

情報提供書類に関する定量的消費者調査<sup>10</sup>は、コンサルタント会社の BMRB に委託し、最近保険を購入した 1,506 人（新規および継続）を調査対象とし、2006 年 7 月から 10 月にかけて行われた。

質問内容は、購入した保険商品の種類や購入方法などの一般的な質問に加え、保険会社または保険仲介者からの情報提供の詳細についての質問であり、提供された情報が購入の意思決定にどのような影響を与えたのかを調査した。

### **(b) 情報提供書類に関する定性的消費者調査**

情報提供書類に関する定性的消費者調査<sup>11</sup>は、コンサルタント会社の Illuminas に委託し、3 カ月以内に保険を購入した 70 人の対象者に対し、対面でのより詳細なインタビューを 2006 年夏に行った。

インタビューでは、対象者に契約締結の際に得た書類等のすべてを持参させたうえで、まず購入した商品についての知識や理解度を確認し、次に保険の購入にあたりどのような情報収集を行ったのか、またどのように決断したのか等、購入のプロセスについての質問を行った。

そして、購入した商品に一般的に提供される典型的な情報提供書類を与え、その情報に関する反応を調査し、情報提供の効果について分析した。

### **(c) 消費者の購入結果調査**

消費者の購入結果調査<sup>12</sup>は、現在継続中の調査であり、損害保険に限らず投資性商品も含めた金融商品を購入する個人消費者を対象としている。

調査対象者を、商品の購入を検討し情報収集を行っている層（グループ A）と 12 カ月以内に商品を購入した層（グループ B）に分け、商品購入までのそれぞれの場面に対してインタビューを行い、消費者が明確で簡潔な情報を入手し、適切な商品を選択しているかを調査することを目的としている。

<sup>10</sup> 調査結果の詳細は、FSA ウェブサイト ([http://www.fsa.gov.uk/pubs/other/omnibus\\_research.pdf](http://www.fsa.gov.uk/pubs/other/omnibus_research.pdf)) 参照。

<sup>11</sup> 調査結果の詳細は、FSA ウェブサイト ([http://www.fsa.gov.uk/pubs/other/illuminas\\_report.pdf](http://www.fsa.gov.uk/pubs/other/illuminas_report.pdf)) 参照。

<sup>12</sup> 試験段階（Pilot Stage）での調査結果の詳細は、FSA ウェブサイト ([http://www.fsa.gov.uk/pubs/other/cpos\\_results.pdf](http://www.fsa.gov.uk/pubs/other/cpos_results.pdf)) 参照。

## (2) 検証結果

検証の結果、保険種目により保険購入時に消費者に生じる可能性のある不利益の危険性が異なることが明らかとなった。そこで、潜在的な危険性の大きさに応じて保険商品を図表 5 のとおり、「その他損害保険商品」と主に死亡および傷害、疾病による就業不能等に係わる長期補償である「プロテクション商品<sup>13</sup>」の2つのグループに分類した。

図表 5 保険種目の分類

その他損害保険商品	プロテクション商品
○ 自動車保険	○ 定期生命保険
○ 住宅保険	○ 重病保険
○ ペット保険	○ 所得補償保険
○ ヘルス・キャッシュ・プラン	○ PPI
○ 傷害保険	○ 純粋補償保険 (Pure Protection Insurance) に分類されるその他の商品
○ 旅行保険	
○ 個人医療保険	
○ その他右記以外	

(出典：FSA, “ICOB Review Interim Report” (2007.3) をもとに作成)

### a. 消費者行動の特徴

消費者調査により、分類されたその他損害保険商品およびプロテクション商品の購入において、図表 6 に示す消費者行動の特徴があることが明らかとなった。

図表 6 商品グループ別消費者行動の特徴

その他損害保険商品	プロテクション商品
○ 簡単な商品であると見ている。	○ 専門的で複雑な商品であると見ている。
○ 値段が最も重要な要素であると考えている。	○ 値段ではなく、安心を買うという、情緒的な購買動機である。
○ プロテクション商品と比較して、アドバイスをあまり受けない。	○ 販売員やブローカーのアドバイスにかなり依存している。
○ 情報提供書類は購入の決断にあまり影響を与えない。	○ その他損害保険商品と比較して、商品の比較 (Shop around) をあまり行わない。
○ 情報提供書類は安心のためのもの、および購入時に何を説明されたかを確認するためのものとして利用されている。	○ 商品について理解していないため、詳細な情報を欲する。情報提供書類を購入の後に確認資料として利用する。

(出典：FSA, “ICOB Review Interim Report” (2007.3) をもとに作成)

<sup>13</sup> 被保険者が死亡および傷害・疾病等による就業不能に対する補償を行う長期契約の保険は、投資性のある保険に対し、純粋補償保険 (Pure Protection Insurance) と定義され、この純粋補償保険およびPPIを含むグループをプロテクション商品 (Protection Products) と呼んでいる。

## b. 消費者の不利益

一般的に、その他損害保険商品では、市場の失敗はさほど起きていない。問題があるとしても、構造的なものではなく、個別の問題である。

その理由としては、商品内容が複雑ではなく、標準化されていること、また繰り返し購入されるので、消費者サイドに学ぶ機会があることによると分析している。

一方、プロテクション商品に関しては、その他損害保険商品と比較して、市場において多くの消費者に不利益が生じており、これを図表7のとおり6つに分類している。

図表7 プロテクション商品に関する消費者の不利益の分類

	分類	消費者の不利益の内容
1	コミュニケーションの有効性	情報提供を有効にする要素は、対面販売か非対面販売かという販売方法ではなく、口頭か書面かという説明方法にある。消費者は読んだことより、聞いたことに影響を受けやすい。したがって、口頭で説明を行う際に、完全かつ正確に説明しない場合には、顧客に不利益が生じる可能性がある。
2	自己の立場に関する情報提供	多くの消費者は、サービスを受ける企業に関して、あいまいな情報しか持っていない。ある保険仲介者が限られた保険会社の商品しか提供できないことを消費者が知らない場合には、消費者に不利益が生じる可能性がある。また、消費者の要望とニーズを満たすものではない商品の情報のみを与えられていることに気付かない場合にも不利益が生じる可能性がある。
3	企業の責任	企業は商品を推奨するために十分な情報を消費者から得ていない。ICOBでは顧客の要望を確かめることを義務付けている。消費者のすべての要望を満たしていなくても、商品を推奨することはできるが、すべての要望を満たしていない旨を消費者に説明しなければならない。
4	商品に関する情報提供	商品の主な特徴や免責事項などの重要事項は、契約締結前に顧客に提供することが義務付けられている。しかし、一部の重要事項しか提供していない、また不要な情報が多いために重要な情報が伝わらず、消費者に不利益が生じているケースがある。
5	価格に関する情報提供	企業は価格に関する情報提供の責任を負い、消費者は保険料の総額または価格の計算根拠についての情報を提供されなければならない。しかし、保険料が他の金融商品との合計金額で示されているケースもあり、保険商品の価格が分かりにくくなっているものもある。
6	2次に購入される保険	PPIの調査によると、PPIの購入は任意だが、ローンの申込みに有利になると多くの人は考えている。消費者調査によれば、44%がそう考えている。

(出典：FSA, “ICOB Review Interim Report” (2007.3) をもとに作成)

## (3) 今後の対応

FSAは検証結果を受け、今後の対応について、2つの商品グループ毎にICOBの見直しを前提とした提案を行っている。

#### a. その他損害保険商品に対する提案

FSAは、その他損害保険商品について、市場での消費者の不利益がまったく存在しないわけではないが、詳細なルールやガイダンスを適用することが合理的であるかどうかについて疑問を投げかけている。

2006年のデイビットソン報告を受け、EU法で規定されたものを上回る規制は行わないと確認されたが、ICOBには過大な規制が存在しているため、EU法をそのままコピーする部分も出てくるとしている。ICOBにはEUの指令である保険仲介業務指令および非対面金融サービス販売指令<sup>14</sup>に基づく部分が多く、その部分は最低限保持しなければならない。そのため、保険仲介者に対する規制よりも保険会社に対する規制が、また非対面販売に対する規制よりも対面販売に対する規制が多く削除されることとなる。しかし、高い次元（ハイレベル）のプリンシプルは引き続き適用される。

#### b. プロテクション商品に対する提案

##### (a) 全てのプロテクション商品に共通の提案

保険会社は書面で情報提供することによりルールを遵守することができるが、調査によると、消費者は口頭での説明に多く依存していることが明らかになっており、情報提供方法に関する新たなルールが必要であるとしている。

##### (b) PPI独自の提案

PPIには独自に新たなルールを設定するとしている。その一つとしてキャンセル可能な期間をその他のプロテクション商品と同様に契約後30日間まで延長し、保険料の全額またはプロラタでの返戻を可能とすることをあげている。

### 5. 規制の見直し

#### (1) コンサルテーション・ペーパー

FSAは2007年3月に公表した規制の効果検証の内容に基づき、2007年6月29日に、ICOBの改定案を掲載したコンサルテーション・ペーパー<sup>15</sup> “CP07/11: Insurance selling and administration- Proposed amendments to the Insurance: Conduct of Business sourcebook”<sup>16</sup>を公表した。

この改定案は、当初のICOBのルールを大幅に簡素化したものとなっているが、プロテクション商品については一部追加の義務を課している。

<sup>14</sup> 非対面金融サービス販売指令は、事業者が電話、FAX、インターネット等を通じた「非対面」によって、保険商品を含む幅広い金融サービスの提供を行う際の情報提供やクーリングオフ等の共通の規則を定めたもので、2002年9月に採択された。

<sup>15</sup> コンサルテーション（Consultation）は、イギリスにおいて新たな政策や規制を行うに際し、一般国民や利害関係者の意見をあらかじめ聞く制度であり、日本のパブリックコメント制度と類似のものである。コンサルテーションの内容を公表したものがコンサルテーション・ペーパーである。通常3か月以上の意見受付期間が設定される。

<sup>16</sup> 詳細は、FSAウェブサイト（[http://www.fsa.gov.uk/pages/Library/Policy/CP/2007/07\\_11.shtml](http://www.fsa.gov.uk/pages/Library/Policy/CP/2007/07_11.shtml)）参照。

改定のポイントは大きく以下の2つに分けられる。

① ルールの簡素化およびプリンシプル・ベースへの移行

EUの指令を履行できる範囲内で、詳細なルールを高い次元（ハイレベル）の基準に置き換え、プリンシプル・ベースの規制への移行を行う。

② 追加の義務

プロテクション商品において、既存のルールでは消費者の不利益が防げない分野について追加の義務を課す。

FSAは、このなかでもプリンシプル・ベースの規制への移行というテーマを最も重要なものであると強調している。このプリンシプル・ベースの規制が具体的にはどういったものであるのかを、情報提供ルールを中心に主な改定案の内容を見ていきたい。

a. 自己の立場に関する情報

自己の立場に関する情報の提供義務は、2005年1月の規制導入当時は、保険仲介者および保険会社の両者にあつたが、保険仲介者のみの義務に変更された<sup>17</sup>。また、EUの保険仲介業務指令の規定に整合させるため、「保険仲介者の法令上の立場」および「補償制度」の2項目に関する情報提供義務が削除された（図表8参照）。

図表8 自己の立場に関する情報提供義務の改定内容

改定前	改定後
<p>【保険仲介者・保険会社共通】</p> <p>(ICOB4.2 Status disclosure 抜粋)</p> <p>ICOB 4.2.8 R</p> <p>(1) 保険仲介者の名前および住所</p> <p>(2) 当該保険仲介者の法令上の立場</p> <p>(3) 上記(1)および(2)について、FSAのウェブサイト上のFSA登録簿でその内容を確認することができること</p> <p>(4) 保険仲介者と保険者が同一でない場合は、保険仲介者が直接間接を問わず保険会社の議決権または資本の10%超を保有しているか否か</p> <p>(5) 保険仲介者と保険者が同一でない場合は、保険会社または保険会社の親会社が直接間接を問わず保険仲介者の議決権または資本の10%超を保有しているか否か</p> <p>(6) 保険商品の提供に関し、保険仲介者が以下</p>	<p>【保険仲介者】</p> <p>(NEWICOB 4 Information about the firm, its services and remuneration 抜粋)</p> <p>NEWICOB 4.1.2 R</p> <p>(1) その名前および住所 <b>【削除】</b></p> <p>(2) FSA登録簿に登録されているという事実および確認方法</p> <p>(3) 直接間接を問わず特定の保険会社の議決権または資本の10%超を保有しているか否か</p> <p>(4) 特定の保険会社またはその親保険会社が直接間接を問わずその会社の議決権または資本の10%超を保有しているか否か</p> <p>NEWICOB 4.1.5 G</p>

<sup>17</sup> 保険会社の自己の立場に関する情報提供義務については、2006年3月に行われたICOBのマイナー修正の時点で既に不要としている。

改定前	改定後
<p>の基準に従って情報提供や推奨をおこなっているか</p> <p>(a) 公正な市場分析に基づいていること</p> <p>(b) 限定的な数の保険会社の商品のみから選択すること</p> <p>(c) 1つの保険会社のみから商品を選択すること</p> <p>上記(b)または(c)に該当する場合は、当該保険仲介者は、そのような行為が契約上(委託契約等)の義務に基づくものであるか否かを開示しなければならない</p> <p>(7) 公正な市場分析が行われていない場合は、保険仲介者が商品選択の際に使用した保険会社リストのコピーの開示を顧客が請求できること</p> <p>(8) 保険仲介者への苦情の申立方法、および当該苦情が金融オンブズマン制度またはその他の苦情処理制度へ引継がれる可能性があること</p> <p>(9) 保険仲介者による補償が不可能な場合に、顧客が何らかの補償制度を利用できる可能性があること</p>	<p>(1) 以下であるか否か</p> <p>(a) 公正な市場分析に基づいて推奨を行うこと</p> <p>(b) 1 または複数の保険会社と排他的な契約上の義務を負うこと</p> <p>(c) 1 または複数の保険会社と排他的な契約上の義務を負わないこと、また公正な市場分析に基づいて推奨を行っていないこと</p> <p>(2) 公正な市場分析に基づいた推奨が行われていない場合は、保険仲介者が商品選択の際に使用した保険会社リストのコピーの開示を顧客が請求できること</p> <p>NEWICOB 4.1.2 R</p> <p>(5) 顧客またはその関係者がその会社に対する苦情の申立手続方法および金融オンブズマンサービスについて。また金融オンブズマンサービスを利用しない場合は、裁判外紛争処理機関の情報</p> <p style="text-align: center;">[削除]</p> <p>【保険会社】</p> <p>情報提供義務なし</p>

(注) 条項番号の末尾の「R」はルールを意味し遵守が義務付けられている項目を表し、「G」はガイドダンスを意味しルールの補足であり遵守義務はない。

(出典：FSA, “CP 07/11 : Insurance selling and administration” (2007.6) をもとに作成)

ただし、プロテクション商品に対する追加の義務として、主にダイレクト販売における保険会社は、以下の情報を提供しなければならないとしている。

- 法令上の立場
- 引受保険会社名
- 推奨または情報提供を行っているかどうか

## b. 適合性および意向確認書面

顧客の要望とニーズに合致した商品を選定するという適合性の確保および顧客の要望とニーズに関する情報である意向確認書面の顧客への提供は、規制開始当初は、保険仲介者および保険会社共に、またすべての商品について義務付けられていた。

調査の結果、その他損害保険商品については、適合性の確保や意向確認書面の提供は必要がないものであると結論付けられた。

(a) 適合性

適合性については、前述した業務上の 11 のプリンシプルの⑨に同様な規定が定められているため、改定案ではプリンシプル⑨がほぼそのまま採用された。また、EU の保険仲介業務指令の適合性の規定の部分もほぼそのまま採用し、改定前と比較し大幅に簡素化された（図表 9 参照）。

図表 9 適合性に関する改定内容

改定前	改定後
<p>(ICOB4.3 Suitability 抜粋)</p> <p>ICOB 4.3.1 R            (1) 企業は、非投資保険商品を顧客に推奨する場合は、その推奨がその時点での顧客の要望とニーズに合致するよう適切な措置を講じなければならない。            (2) (1)の推奨は、ICOB4.2.8R(6)に従い開示されるサービスの範囲に基づいたものでなくてはならない。            (3) 企業は、次の事項を条件として、顧客のすべての要望とニーズを満たすものではない非投資保険商品を顧客に推奨することができる。</p> <p>ICOB4.2.8R(6)に規定する保険仲介者の取扱の範囲内に、顧客の要望とニーズをすべて満たす非投資保険商品がないこと。および保険仲介者が、推奨を行う時点で、当該契約では満たされない要望とニーズがあることを顧客に明らかにすること。</p> <p>ICOB 4.3.2 R            顧客の要望とニーズを評価する際に、保険仲介者は以下のことを行わなければならない。            (1) 保険仲介者が顧客要求を特定するのに関連すると合理的に予想されうる顧客の状況や目的に関する情報を追求すること            (2) 例えば保険仲介人が助言または情報を提供した他の保険契約に関して、保険仲介人が容易に入手できかつ利用できる顧客の情報を考慮すること            (3) 保険に重要なすべての状況を開示する顧客の義務および開示を行わないことの結果について、非投資保険契約の契約開始前および契約期間中に顧客に説明すること、また顧客の開示した情報を考慮すること</p>	<p>(NEWICOB 5 Identifying client needs and advising 抜粋)</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p><b>NEWICOB 5.2.1 R</b>              企業は、その企業の判断に依存している顧客への推奨の適合性を確保するために、適切な注意を払わなければならない。              →プリンシプル⑨を採用</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>NEWICOB 5.2.3 R</b>              企業が公正な分析に基づいて推奨を行う旨を伝える場合には、当該企業は、顧客のニーズを十分に満たすよう、専門家としての判断基準に沿った提案を可能にするため、市場において入手可能な十分な数の保険契約の分析に基づき、推奨を行う義務を負う。              →EU 保険仲介業務指令を採用</p> </div>

(出典：FSA, “CP 07/11 : Insurance selling and administration” (2007.6) をもとに作成)

適合性については、業務上の 11 のプリンシプルに関連するものであるため、すべての商品に対して同じルールが適用されるが、プロテクション商品に対しては、追加の義務を規定するガイダンスが図表 10 のとおり追加された。

**図表 10 適合性に関するプロテクション商品の追加義務**

NEWICOB 5.2.2 G	
(1)	企業は、容易に入手し利用できる顧客の情報を使い、また、既存契約を含むその他の関連情報を得ることにより、顧客の要望とニーズを満たさなければならない。顧客が興味を持っている商品と関係ないものについては考慮する必要はない。
(2)	企業は、契約が顧客の要望とニーズを満たしていることを確かにするために、補償内容のレベルおよび費用、免責条項、免責金額、制限および保険条件について考慮しながら、適切な注意を払わなければならない。
(3)	企業は、満たしていない要望とニーズについて顧客に知らせねばならない。

(出典：FSA, “CP 07/11 : Insurance selling and administration” (2007.6) をもとに作成)

**(b) 意向確認書面**

保険仲介者に関しては、保険仲介業務指令の履行の関係から提供義務を削除することはできないが、保険会社に関しては、意向確認書面の効果が薄いと考えられるその他損害保険商品に対する提供義務が削除された。ただし、消費者の不利益の可能性が考えられるプロテクション商品については、保険会社についても引き続き提供義務を課している。(図表 11 参照)

**図表 11 意向確認書面の提供義務**

		その他損害保険商品	プロテクション商品
改定前	保険仲介者	○	○
	保険会社	○	○
改定後	保険仲介者	○	○
	保険会社	×	○

(出典：FSA, “CP 07/11 : Insurance selling and administration” (2007.6) をもとに作成)

**c. 商品に関する情報**

商品内容に関する情報に関し、改定案では、その他損害保険商品に対する契約概要 (Policy Summary) の提供義務が廃止された。

規制の開始当初は、保険仲介者および保険会社共に、すべての契約に対して顧客への提供が義務付けられていたが、保険仲介業務指令において義務付けられていないため廃止された。

その代替として、NEWICOB 6.1.5 Rに「企業は、提案した保険契約に関して、顧客が決断できるよう、適切な情報が適時に分かりやすく提供されるよう適切な措置を講じなければならない。」と高い次元（ハイレベル）のルールを規定し、具体的な情報提供項目については各企業の判断に任されている。（図表 12 参照）

これは、EU の指令で要求されていないものを削除し、プリンシプル・ベースの規制に移行している典型的な部分であるといえる。

**図表 12 商品内容に関する主な情報提供義務の改定内容**

改定前	改定後
(ICOB5 Product Disclosure 抜粋) ICOB 5.5.5 R 契約概要記載事項 (1) 契約概要には当該保険契約のすべての契約条件は含まれていない旨の説明 (2) 保険事業者の名称 (3) 保険種目および引受条件 (4) 当該保険商品の重要な特性 (5) 重要な免責事由等 (6) 上記 (5) の契約書類上の記載箇所 (7) 保険の契約期間 (8) 個人顧客が付保状況を確認できる旨を記載した文書（保険期間 1 年超の契約の場合） (9) クーリングオフの可否、およびクーリングオフが可能な場合はその内容 (10) 保険事故があった場合に連絡すべき電話番号または住所 (11) 保険事業者に苦情を申し立てる方法および当該苦情が金融オンブズマン制度またはその他の適切な苦情処理スキームで処理されるか否か (12) 保険仲介者による補償が不可能な場合、金融サービス補償制度その他の補償スキームによって顧客への補償が行われるか否か。また、これらのスキームによって補償される額や範囲等 (13) 「重要事項」の表示	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">[契約概要廃止]</div> (NEWICOB6 Product Information 抜粋) NEWICOB 6.1.5 R 企業は、提案した保険契約に関して、顧客が決断できるよう、適切な情報が適時に分かりやすく提供されるよう適切な措置を講じなければならない。

（出典：FSA, “CP 07/11 : Insurance selling and administration” (2007.6) をもとに作成）

ただし、プロテクション商品に対しては、引き続き契約概要の提供義務を課している。

また、規制の効果検証の調査によれば、前記図表 7 の 1 のとおり、消費者は口頭での説明に影響を受けやすいとの結果が出ている。そこで、プロテクション商品に関し、「企業が顧客との会話の中で商品の主要な特徴についての情報を口頭で提供する場合には、商品の主要な特徴のすべてについて口頭で情報提供しなければならない。」と口

頭での説明についての義務規定が追加された。

#### d. 保険契約解除（クーリングオフ）

保険契約解除期限については、従来は PPI を含む損害保険については 14 日、PPI を除くプロテクション商品である純粋補償保険については 30 日であったが、改定案では PPI の契約解除期限が 30 日に延長された。また、契約解除をした場合には、保険料全額が返戻されることとされた。

### (2) 2008 年 1 月からの新規制の導入

FSA は、2007 年 6 月 29 日に公表したコンサルテーション・ペーパーにより改定案に対する一般からの意見を 3 カ月間募集した。そして、その意見を反映させ、最終の改定内容を 2007 年 12 月 18 日に方針書（Policy Statement）“PS07/24: Insurance selling and administration- Feedback on CP07/11 and final rules”<sup>18</sup>にて公表した。

改定案に対して、保険会社、保険仲介者および業界団体等から約 80 件の意見が寄せられ、方針書には代表的な意見およびそれに対する FSA からの回答、そして ICOB に代わる新たな規定書である“Insurance: New Conduct of Business sourcebook (ICOBS)”の全文が掲載された。

最終の改定内容は、基本的に改定案を踏襲したものであるが、寄せられた意見を反映させて一部修正を行っている。主な項目についての改定案に対する修正点は図表 13 のとおりとなっている。

ICOBS に基づく新規制は 2008 年 1 月 6 日より実施され、一部の例外を除き 6 カ月の移行期間が設けられている。

図表 13 改定案に対する修正点

項目	改定案との比較	ICOBS 章番号
自己の立場に関する情報	改定案どおり	ICOBS 4
適合性	改定案どおり	ICOBS 5
意向確認書面	規定を 6 章から 5 章に移動	ICOBS 5
商品に関する情報	改定案どおり	ICOBS 6
保険契約解除（クーリングオフ）	PPI の契約解除期間については、改定案どおり。ただし、保険料の全額返戻については、保険金請求をしていない場合に限定すると修正。	ICOBS 7

(注) 文言の微修正や条項番号の変更は除く。

(出典 : FSA, “PS 07/24 : Insurance selling and administration” (2007.12) をもとに作成)

<sup>18</sup> 詳細は、FSA ウェブサイト ([http://www.fsa.gov.uk/pages/Library/Policy/Policy/2007/07\\_24.shtml](http://www.fsa.gov.uk/pages/Library/Policy/Policy/2007/07_24.shtml)) 参照。

## 6. おわりに

イギリスの損害保険販売規制の直近動向を見てきたが、FSA が規制の問題点を自ら認め、大幅な見直しを行ってきたという点で、非常に興味深いケースであるといえる。

今回の規制の見直しにおいては、第三者に委託し消費者調査等を行い、客観的に状況を見極め、消費者や関係者の意見も十分取り入れる余地を残し、透明性を保ちながらプロセスを進めている。また、計画性を持ち、方針を明確にした上で、既存の規定にこだわらない大幅な見直しを行っていることが特徴的である。

FSA と規制・監督される側の保険業界との関係を見てみると、保険業界は FSA の損害保険販売規制を平然と批判し、自らの意見をはっきりと述べている。これに対し、FSA は規制の見直しというかたちで応えている。このことより、両者が日常的にコミュニケーションをとり、お互いに意見を出し合い、市場の発展に寄与していこうとしている両者のスタンスを汲み取れる。

また消費者の保険商品に対する考え方について見てみると、消費者調査によれば、自動車保険や火災保険のような日用品化した商品については、保険の内容を十分理解しており、余分な説明は不要であると多くの消費者は明確に意思表示をしている。イギリスの自動車保険や火災保険の内容がシンプルであるという事実も一つの要因ではあるが、消費者が自らの責任で商品を選択していることの証であり、消費者の自己責任という観点では、わが国の状況とは大きな違いがあるといえる。

このような状況の中で、イギリスではプリンシプル・ベースの規制への移行が進められているが、これまで見てきたように、不要な規制を排除し、より効率的な市場を実現していくためには、規制・監督機関と保険業界とのコミュニケーションを良くすること、また消費者が商品について理解し、自己の責任で商品を選択できることが非常に重要であると思われる。

わが国においても、プリンシプル・ベースの規制が機能するためには、規制・監督機関と保険業界がより良いコミュニケーションを取れる関係を構築し、また消費者教育等による消費者の自己責任を確保するための工夫が必要である。さらに最も重要なことは、効率的な市場を実現するために、保険業界がプリンシプル・ベースの規制を正しく解釈し、自己の責任で消化していくことであると考えられる。

### <参考資料>

- ・小立敬「ベター・レギュレーションー英仏金融監督当局におけるより良い規制環境の模索ー」資本市場クォーターリー 2007 Vol.11-1 Summer (野村資本市場研究所、2007.8)
- ・全国銀行協会 金融調査部「欧米主要国における金融規制・資本市場改革ー競争力強化に向けた歩みー」金融 (全国銀行協会、2007.10)
- ・総合研究開発機構『包括的・横断的市場法制のグランドデザインー「日本版金融サービス市場法」制定に向けての提言ー (海外事例編)』(2005.6)
- ・損害保険事業総合研究所『EU 保険関係指令の現状 (解説編)』(2006.3)
- ・損害保険事業総合研究所『諸外国における保険販売規制について』(2006.9)
- ・Cabinet Office, “Code of Practice on Consultation”(2005.9)
- ・FSA, “Better Regulation Action Plan-What we have done and what we are doing”(2005.12)
- ・FSA, “Better Regulation Action Plan-Progress Report”(2006.6)
- ・FSA, “FSA Simplification Plan”(2006.12)
- ・FSA, “Business Plan 2007/08”(2007.2)
- ・FSA, “ICOB Review Interim Report: Consumer Experiences and Outcomes in General Insurance Market”(2007.3)
- ・FSA, “Principles-based regulation-Focusing on the outcomes that matter”(2007.4)
- ・FSA, “Treating Customers Fairly initiative: progress report”(2007.5)
- ・FSA, “Annual Report for 2006/07”(2007.6)
- ・FSA, “Consultation Paper 07/11 : Insurance selling and administration: Proposed amendments to the Insurance: Conduct of Business sourcebook”(2007.6)
- ・FSA, “Treating Customers Fairly initiative: measuring outcomes”(2007.11)
- ・FSA, “Policy Statement 07/24 : Insurance selling and administration: Feedback on CP07/11 and final rules”(2007.12)
- ・The Stationery Office, “Davidson Review”(2006.11)

### <参考サイト>

- ・金融庁ウェブサイト <http://www.fsa.go.jp/>
- ・ABI ウェブサイト <http://www.abi.org.uk/>
- ・BERR ウェブサイト <http://www.berr.gov.uk/>
- ・BIBA ウェブサイト <http://www.biba.org.uk/>
- ・BRE ウェブサイト <http://www.betterregulation.gov.uk/>
- ・CII ウェブサイト <http://www.cii.co.uk/cii.aspx>
- ・FSA ウェブサイト <http://www.fsa.gov.uk/>