


銀行等による保険販売に関する要望

平成19年9月

 全国生命保険労働組合連合会(生保労連)

- ◇ 銀行等による保険販売については、1997年6月の「保険審議会報告」を踏まえ、2001年4月より住宅ローン関連の長期火災保険や信用生命保険等の保険商品に限定した上で開始され、2002年10月には個人年金保険や財形保険等が追加解禁されています。

- ◇ 2005年12月には、銀行等が取り扱える保険商品がさらに拡大され、一時払終身保険や一時払養老保険等が新たに追加解禁されています。同時に、2007年12月までの2年間に、金融庁による監視（モニタリング）が行われ、この間に特段の問題がなければ2007年12月に全面解禁されることとなっています。

- ◇ わたしたちは従来より、消費者に絶大な影響力を持つ銀行が保険募集を行うことは、圧力募集や預金・決済情報等の流用等の「消費者保護上の問題」を惹起すると考えており、「不公平な競争条件」の下での組合員の雇用への影響をも含め、極めて問題があるものと考えています。

- ◇ こうした認識の下、この2年間に「弊害防止措置が真に機能しているか」「消費者保護上の問題はないか」等を自ら監視・チェックする必要があると考え、「問題事例収集活動」を行いました。
その結果、銀行等の「圧力販売」「顧客データ流用」「不適切募集」等といった消費者保護上の問題が全国から4,250件も寄せられており、従来から懸念していた通り、銀行等の保険販売による様々な弊害が発生していることを確認しました。

- ◇ わたしたちは今般、「問題事例収集活動」の結果等を踏まえ、銀行等の保険販売に関する考え方を再整理し、「消費者保護」「競争条件の公平性確保」の観点から、必要と考えられる措置をとりまとめました。今後の具体的な検討にあたり、わたしたちの考え方を十分に踏まえた議論と結論が導き出されるよう、強く望みます。

全国生命保険労働組合連合会

要望項目

【銀行等が募集できる保険契約について】

「銀行等が募集できる保険契約の範囲を拡大し全ての保険契約の募集を行うこと」を認めないこと。

【弊害防止措置について】

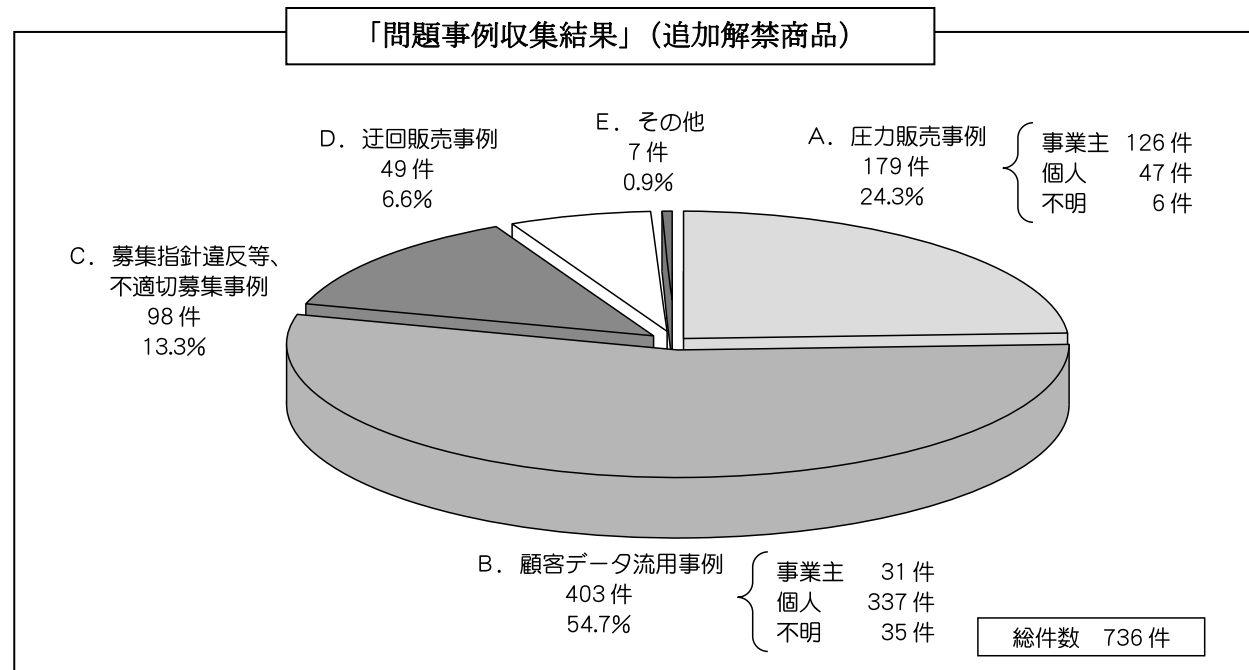
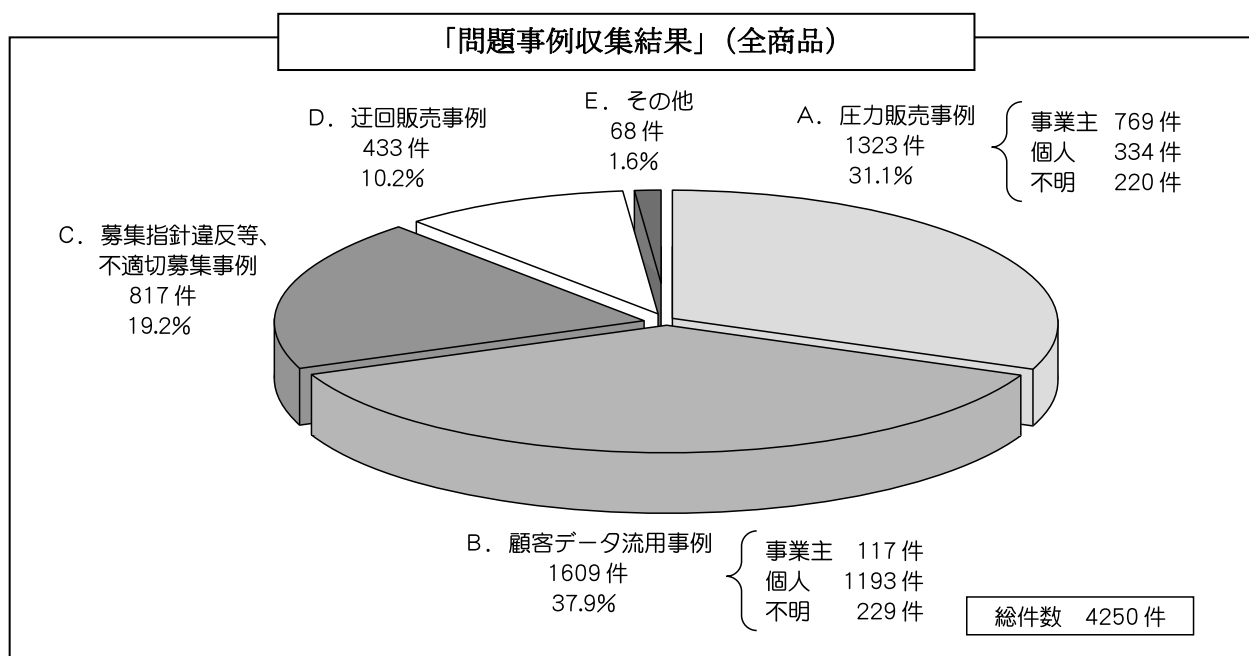
1. いわゆる融資先販売規制、融資担当者分離規制、保険募集制限先を確認する業務を的確に遂行する措置、保険募集制限先であるかどうかを確認する業務に関する説明を書面交付により行わずにする販売禁止規制、融資申し込み段階における販売禁止規制、銀行の特定関係者を通じた潜脱行為の禁止等、平成17年12月からの追加解禁商品に係る新たな弊害防止措置を全ての解禁商品に対して適用すること。
2. いわゆる融資担当者分離規制の対象者として、銀行等の支店長を加えること。
3. いわゆる融資先販売規制における保険募集制限先として、「事業資金の融資先法人の代表者および個人事業主」の家族を加えること。
4. 特例地域金融機関における融資先販売規制および融資担当者分離規制に係る特例を撤廃すること。
5. 銀行業務において取り扱う顧客に関する「非公開金融情報」について、顧客の書面等による同意の有無を問わずその利用を禁止すること。

生保労連が実施した「問題事例収集活動」の概要

本要望書の作成にあたり、生保労連で実施した「銀行等による保険販売に関する問題事例収集活動」を通じて得られたデータ等を活用しているが、概要については以下の通り。

- 活動の目的：金融庁のモニタリング期間において、「弊害発生状況」「弊害防止措置の機能状況」等を独自に監視すること
- 収集方法：組合員が日常業務の中で直接お客さまから問題事例を見聞した際に状況を確認し、所定の報告書を活用して収集
- 収集期間：2006年1月から2007年6月末
- 分類等について

A.「圧力販売事例」	保険勧誘に際して融資等の抱き合わせを示唆、或いは融資担当者等の同行等	事業者	① 事業者（法人事業者のみならず個人事業主も含む） ② ①の代表者＋その家族
B.「顧客データ流用事例」	預金・決済情報等の非公開金融情報の流用等		
C.「募集指針違反等、不適切募集事例」	保険商品であることの説明不足、不適切な対応等	一般個人	① 事業者以外の個人
D.「銀行系保険代理店による迂回販売事例」	銀行からの情報連携および銀行員との同行販売等		
E.「その他」	上記に分類されない報告事例		上記①にかかる銀行本体及び銀行系保険代理店を通じた個人契約



要望趣旨

【銀行等が募集できる保険契約について】

<要望>

「銀行等が募集できる保険契約の範囲を拡大し全ての保険契約の募集を行うこと」を認めないこと。

1. 消費者保護の観点から

(1) 優越的地位を利用した圧力販売について

生保労連で実施した「問題事例収集活動」において、銀行等による「圧力販売事例」は寄せられた問題事例総数の約31%（1,323件）を占めており、予てより懸念していた通り消費者が銀行等の保険販売に圧力を感じ、不信感を募らせていることが明らかになっています。（3ページ参照）

とりわけ事業主はメインバンクによる生命保険販売に対し圧力募集の不安を感じており、生保労連で実施した「消費者モニターアンケート」においても事業主はメインバンクから生命保険商品を提案されることについて、「かなり断りにくい（断りにくかった）」（16.8%）「多少断りにくい（断りにくかった）」（39.0%）との結果を得ています。（資料－1）

さらに、公正取引委員会の「金融機関と企業との取引慣行に関する調査報告書」によれば、銀行等が預金以外の金融商品・サービスの購入を事業主に要請している実態や、その要請が事業主の意に反している実態が見て取れます。（資料－2）

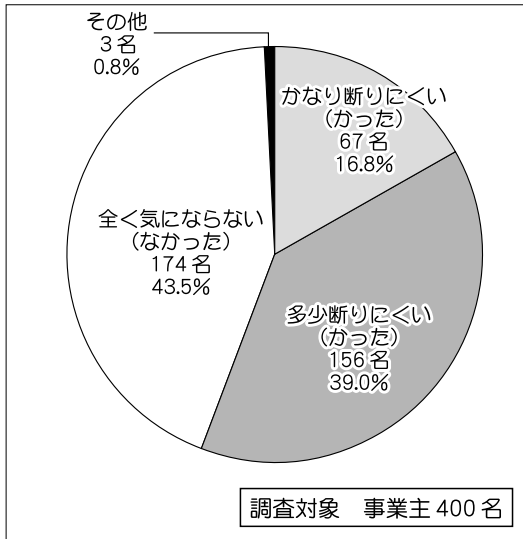
追加解禁商品に対する新たな弊害防止措置は、融資あるいは役員派遣等を通じて企業に対し絶大な事業支配力を有する銀行が、優越的地位を背景に融資先に対して保険を圧力販売することが懸念されたことから、消費者保護の観点より講じられた措置ですが、十分に機能しているとは言えず、一層の対応が求められます。（3ページ参照）

そもそも、銀行は優越的な地位にあることから、仮に銀行にその意図がない場合であっても、取引のある銀行から保険加入を推奨された際、事業主・個人を問わず消費者は大きな圧力を感じています。（資料－3）

また、融資先販売規制の及ばない事業主・法人の家族に対する加入圧力も加わっており、消費者は銀行との今後の関係を踏まえる中で、やむを得ずその要請に応じているケースも少なくありません。（資料－4）

資料－１「金融機関からの要請を断りにくく
感じるか」<感じる時>

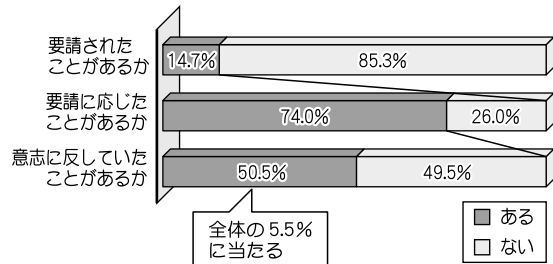
【設問】「メインバンクの銀行員から生命保険の提案を受けた」



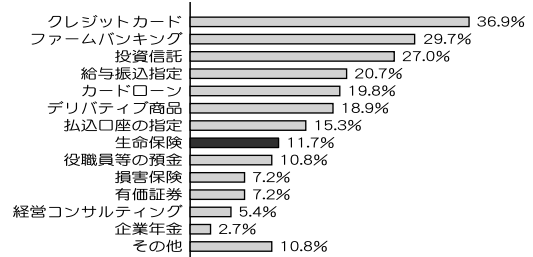
「消費者モニターアンケート」生保労連 H18 日本財センター調べ

資料－２「都市銀行から要請された金融商品・サービス」(抜粋)

〈預金以外の金融商品・サービスを購入することの要請〉



〈要請された金融商品・サービス(複数回答)〉



「金融機関と企業との取引慣行に関する調査報告書」
H18 公正取引委員会

資料－３「圧力販売事例」(代表例) 総件数 1, 323件

【事例①】信金の会員登録手続きの際、企業社長の保険加入状況を確認され、すぐさま法人・個人契約を提案され加入。加入は絶対的で断れなかったとのこと。(静岡・信金(信組)・定期保険)

【事例②】お客さまに保険商品を勧めた際、お客さまから「会社の社長より、銀行から変額年金加入依頼があり断れないので加入してほしいと頼まれたので加入した」と聞いた。(大阪・都市銀行・変額年金)

【事例③】銀行支店長が系列代理店の勤務になり、既契約者を訪問し、支店長当時の取引関係を理由に保険を勧め、お客さまのご息子が5000万円の保険に加入した。(宮城・地方銀行系代理店・定期保険)

資料－４「事業主・法人の家族に対する圧力販売事例」(代表例)

【事例①】お客さま(法人)が融資を受ける際、年金商品の加入を勧められ、融資の審査結果を受けるときには年金加入の可否の返事をするよう言われたとのこと。保険内容も様々ある中で、1パターンしか提案されず、結果的に、言われるがまま社長と奥様が個人名で加入したとのこと。(福島・信金(信組)・変額年金)

【事例②】お客様(中小企業社長)が、融資を受けている銀行から生命保険加入を強いられ、結果的に自分の保険のみならず家族の保険まで加入することになったとのこと。(埼玉・地銀・一時払養老)

(2) 顧客情報の流用・プライバシーの侵害について

生保労連で実施した「問題事例収集活動」において、銀行口座の入出金情報に基づき、銀行員が顧客の同意なしに保険販売を行っている等といった「顧客情報の流用・プライバシーの侵害」にかかる問題事例は、問題事例総数の約38%（1,609件）となっており、最も高い占率を占めています。（追加解禁商品においては約55%（403件））（3ページ参照）

銀行等が、決済業務や与信業務といった本来業務を通じ、預金者や債務者に関する情報（非公開金融情報）を継続的かつ総合的に把握できる立場にあることが、この問題の背景にあることは明らかですが、さらに顧客の同意なく非公開金融情報を活用して保険販売を行っているとの報告も寄せられているだけに、法人・個人を問わず問題は深刻です。さらに、こうした問題は、転じてお客さまに対する圧力としても受け止められています。（資料－5）

さらに、銀行等の保有する非公開金融情報を銀行系保険代理店に提供し、活用しているのではないかとの疑念を抱かざるを得ない事例も多く寄せられています。（資料－5）

(3) 銀行商品と保険商品との混同の懸念について

銀行等が保険販売を行う場合においても、消費者に正しく保険商品をご理解いただいた上で、ご自身にとってふさわしい保険商品を選択いただくことが重要です。

しかし、生保労連で実施した「問題事例収集活動」の結果によると、銀行等が他の金融商品を取扱っていることもあり、消費者が保険商品を十分理解するどころか、保険商品であるとの認識もなく、加入してしまっているケースも発生しています。（資料－6）

以上(1)～(3)に記載の通り、銀行等が消費者に対して有する優越的地位や絶大な影響力を背景とした消費者保護上の問題が多数認められています。

資料－５「顧客データ流用事例」（代表例） 総件数 1, 609 件

（個人に関する問題事例）総件数 1, 193 件

【事例①】加入いただいたお客さまが保険料の振込みのため銀行に手続きに行ったところ、銀行から別室に呼ばれて副支店長から「もっと利回りの有利な商品がある」という話法で、他の保険商品を勧められたとのこと。（東京・都市銀行・変額年金）

【事例②】お客さまは、弊社商品の保険料が引き落とされる銀行口座の銀行員から、「毎月、保険料が引き落とされている件」というアプローチのもと、銀行取り扱い変額年金を勧められ、結果的に加入したとのこと。（東京・都市銀行・変額年金）

【事例③】お客様の口座に退職金が着金した途端、銀行員が自宅訪問してきて、「利率が良い商品がある」と銀行商品を勧めてきたとのこと。お客様が、何故この時期に尋ねてきたのか理由を聞いたところ、「多額のお金の入金があったため」と説明したとのこと。大層憤慨されていた。（千葉・都市銀行・商品不明）

（事業主に関する問題事例）総件数 117 件

【事例①】社長の奥様の死亡保険金が着金した途端、取引先銀行より連絡が入り、変額年金を勧められ加入された。社長として「融資をうけていることもあり断れなかった」と話された。（北海道・信金（信組）・変額年金）

【事例②】社長（50人規模企業）は、取引先銀行から「個人の預金口座に1000万円の残高があるなら保険加入してください」と言われ、勧められるがまま加入せざるを得なかったとのこと。（福島・都市銀行・変額年金）

【事例③】お客さまの企業に銀行員が訪問してくる際、断りなく系列保険代理店の方が同行してくる。更に会話では、お客様情報を知っていることを前提に話をしてくるので、内部情報が銀行から流れていると実感したとのこと。（千葉・都市銀行・商品不明）

資料－６「消費者が保険商品との認識がないままにご加入された事例」（代表例）

【事例①】銀行を通じて変額年金に加入されたお客さまから問い合わせがあり、保険証券を見せてもらうと、71歳のお客さまに対し、90歳受け取りの変額年金だった。「元本割れリスク」の説明もなかったとのこと。（岡山・都市銀行・変額年金）

【事例②】70歳一人暮らしの女性に、銀行員が勧めた商品が「変額年金」であることを女性はまったく認識しておらず、それなら解約したいと申し出たところ、取扱い生保会社に電話してほしいと言われ驚いた上に、「400万円に対し30万円」もの損額が出ていて更に驚いたとのこと。（東京・都市銀行・変額年金）

【事例③】⑤80歳近い老夫婦は、預金が満期になる都度、銀行員に勧められるがまま手続きをしてきた結果、7000万円の変額年金に加入していたとのこと。手続きの際に、「元本割れのリスク」の説明もなく、お客様は商品内容を理解していなかった。（大阪・都市銀行・変額年金）

2. 商品特性の観点から

(1) 保障性商品の再加入の困難性について

保障性商品は、他の金融商品と異なり年齢や健康状態の変化により、改めて加入する際には保険料が上がってしまう、或いは加入できなくなる等、「再加入が困難である」といった特性を有しています。(資料－7)

従って、保障性商品の販売に際しては、継続的に消費者を訪問する中で、きめ細やかなコンサルティングを通じた適切な保障プランを提供する等、消費者に納得してご加入いただける環境づくりが一層重要と言えます。

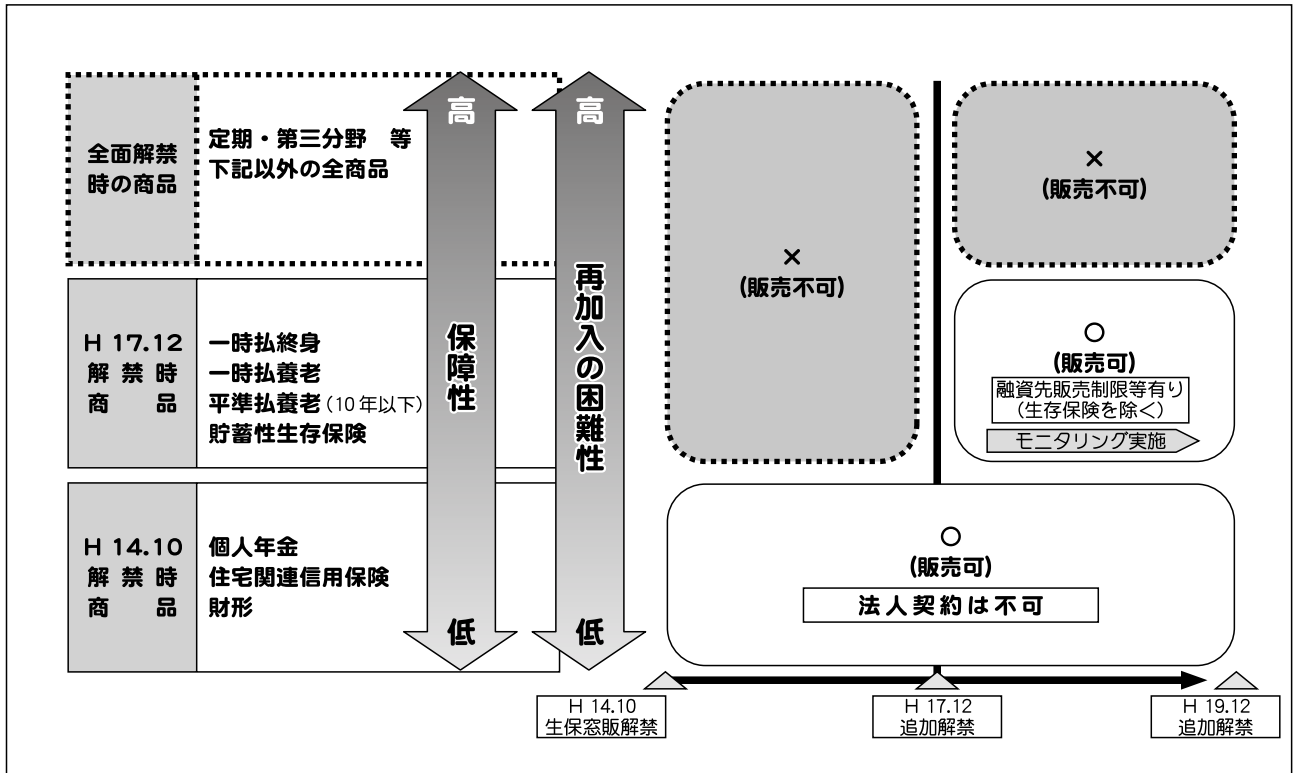
それだけに、再加入の困難性を伴う保障性商品において圧力等の弊害が生じることとなれば、消費者に納得してご加入いただける環境を確保できないばかりか、取り返しのつかない事態にも繋がりかねません。

(2) 継続的なアフターフォローの要請について

生命保険商品、とりわけ保障性商品は長期にわたるアフターフォローが求められており、保険契約が成立した後においても住所変更や名義変更等の契約保全業務から死亡保険金・入院給付金・満期保険金等の支払い手続きに至るまで、さまざまな手続きが発生します。

一方、生保労連の「問題事例収集活動」の結果によれば、銀行等に加入後の単純な問い合わせや説明を求めても、加入後の対応や手続きは保険会社に相談するように伝えられる等、いわゆる「売りっぱなし」との苦言が多く、解決すべき課題が多いと言えます。(資料－8)

資料－7 「解禁の状況と保険商品の特性について」(概要)



資料－8 「アフターフォローが不十分な事例」(代表例)

【事例①】預金残高が多額の銀行から、「利回りの良い商品がある」と言われ変額年金に加入。保険証券が来て保険と分かり驚き、銀行に問い合わせをしたところ、「5年くらい置いておけば解約しても良い」と言われたとのこと。(神奈川・都市銀行・変額年金)

【事例②】信金にて預金したつもりが、弊社の「一時払養老」の保険証券が届いたということで、驚いて弊社に問い合わせがあった。弊社の前に信金に問い合わせしたら、弊社に問い合わせしてほしいとのことだったとのこと。商品内容も全く説明を受けていなかった。(群馬・信金・一時払養老)

3. 生保事業の健全な発展の観点から

(1) 危険選択（第一次選択）の重要性について

生命保険募集人はお客さまとの面談を通じて危険選択（第一次選択）を実践していますが、このようにモラルリスクの排除やさらに身体的危険や環境的危険を適切に評価・選択することを通じて無差別な保険募集を行わないことは、長期にわたり生保事業の健全性を維持するうえで極めて重要です。

一方、銀行等は保険商品の販売を行うのみで、その後の保険の引受リスクは負わないため、自ずと危険選択がおろそかになる可能性があります。

危険選択（第一次選択）の均一性が維持されず、契約者間の公平性を確保できない場合、生命保険はその使命を果たすことができず、ひいては生保事業の健全な発展も期待できなくなります。

(2) 生保事業の健全性の確保について

生命保険は長期にわたる契約であり、将来にわたって保険契約者のニーズに応じていくためにも「保険契約者の保護」とともに「生保事業の健全性の確保」が重要です。お客さまとともに発展する生命保険事業をめざす上でも、生命保険制度の適切な運営が求められています。

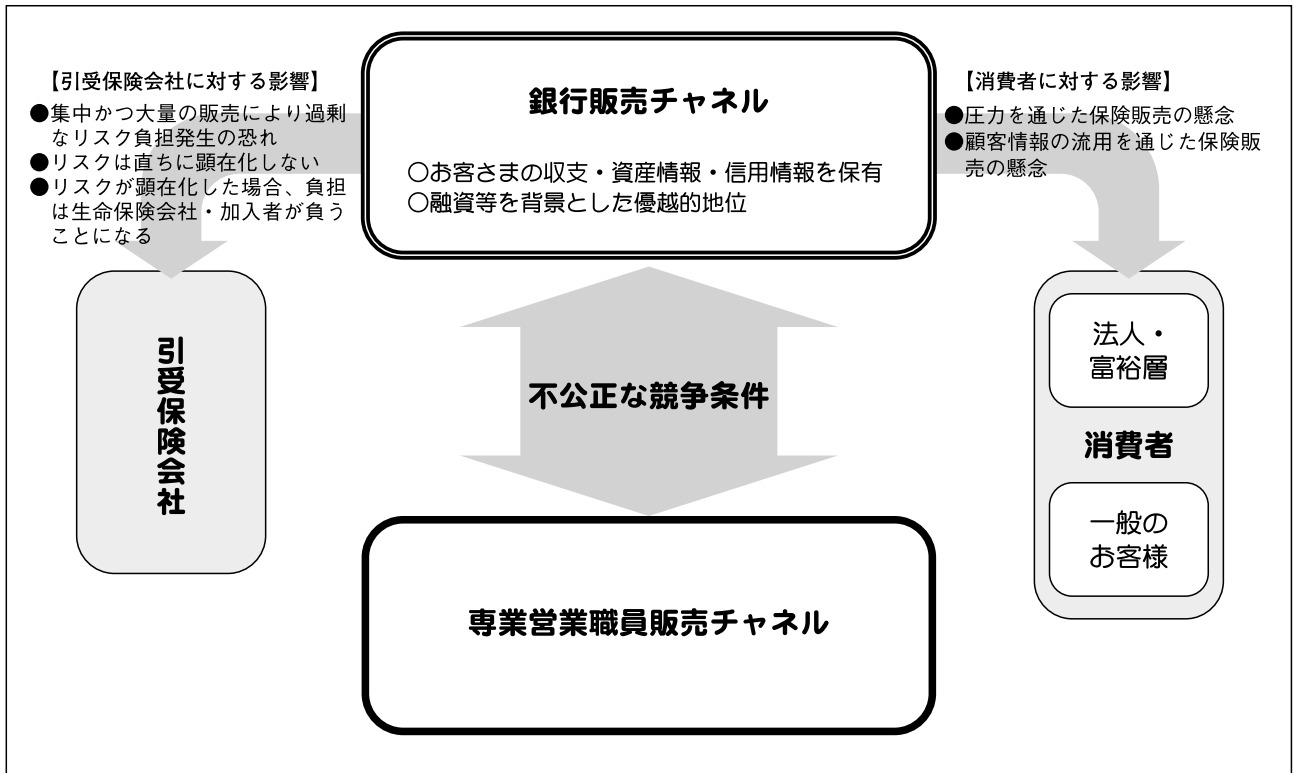
一方、銀行等は強力な販売力を背景に、保険会社に対して大きな影響力を発揮するものと思われませんが、保険会社に対して過度な引受リスクを伴う保険商品の開発や取扱いを求めたり、銀行等の主導で引受保険会社のリスク管理能力を著しく超えた販売が推進されることとなれば、生保事業の健全性を確保することが困難なものとなり、中長期的には保険加入者の負担の増大に繋がりがねません。（資料－9）

(3) 競争条件の公平性について

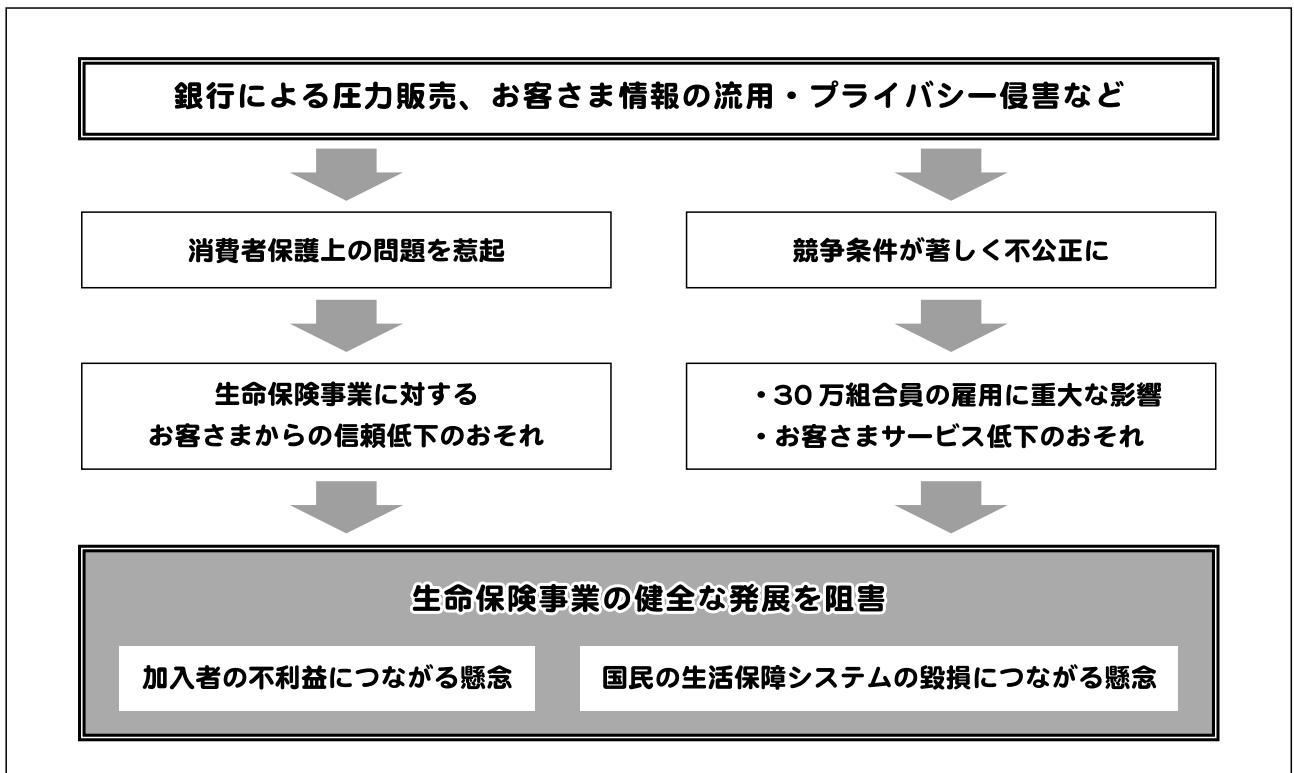
本来業務を通じて顧客に対する影響力と情報量を有し、圧倒的な販売力を持つ銀行等と営業職員との競争条件の公平性は確保されていません。このような不公平な競争条件の下で銀行等が全ての保険商品を取り扱うこととなれば、30万組合員の生活基盤を不当に奪うことに繋がります。（資料－10）

生保労連としては、競争条件の公平性を確保し、組合員の雇用を守る観点からも、銀行等による保険販売については大いに問題視せざるを得ません。

資料－ 9 「銀行等による保険販売が引受保険会社および消費者に及ぼす影響」(イメージ) ①



資料－ 10 「銀行等による保険販売が引受保険会社および消費者に及ぼす影響」(イメージ)



【弊害防止措置について】

<要望 1>

いわゆる融資先販売規制、融資担当者分離規制、保険募集制限先を確認する業務を的確に遂行する措置、保険募集制限先であるかどうかを確認する業務に関する説明を書面交付により行わずにする販売禁止規制、融資申し込み段階における販売禁止規制、銀行の特定関係者を通じた潜脱行為の禁止等、平成17年12月からの追加解禁商品に係る新たな弊害防止措置を全ての解禁商品に対して適用すること。

現在、融資先販売規制や融資担当者分離規制等の弊害防止措置については、平成17年12月からの追加解禁商品にのみ適用されており、それ以前に解禁されている個人年金等の販売にあたっては適用されていません。(資料-11)

こうしたことから、たとえ融資先であったとしても、融資先販売規制等による規制が及ばない個人年金等については、融資担当者が融資先の事業者やその家族に対し個人加入に向けた圧力販売を行っている事例が寄せられており、消費者保護の観点から大きな問題があります。(資料-4)

従って、個人年金保険をはじめとする全ての解禁商品について、融資先販売規制や融資担当者分離規制等の弊害防止措置を講じることが必要不可欠であると考えます。

<要望 2>

いわゆる融資担当者分離規制の対象者として、銀行等の支店長を加えること。

現在、融資を背景とした圧力募集を防止する観点から、フロントラインで常態として融資に係る応接業務を行ういわゆる融資担当者や渉外担当者が、個人年金等の取扱い可能な商品を除く他の保険商品の募集を行わないよう、管理・指導することが求められています。(資料-12)

一方、「問題事例収集活動」の結果によると、融資等の実質的な決定権者である銀行の支店長等の働きかけや同行を通じ、保険加入勧奨が行われている事例が数多く報告されており、事業主にとって大きな圧力となっている実態が明らかになっています。(資料-13)

従って、消費者保護の観点から、いわゆる融資担当者分離規制の対象者に、銀行等の支店長を加えることが必要であると考えます。

資料－１１ 弊害防止措置の概要について

対 象 商 品	平成 14 年 10 月 個人年金等解禁時の弊害防止措置	平成 17 年 12 月 追加解禁時の弊害防止措置
全商品 (既解禁商品および 追加解禁商品)	①銀行融資等の取引への影響がない ことの説明 ②圧力販売、優越的地位を利用した 募集禁止 ③非公開情報保護措置 ④変額年金の元本割れリスクの説明 ⑤預金との誤認防止	存置 <追加新設> ⑥募集指針の策定、公表 ⑦法令等遵守（統括）責任者の配置 ⑧健全な業務運営の確保
平成 17 年 12 月 追加解禁商品のみ適用 (一時払終身、一時払養老、 10 年以下の平準払養老、 貯蓄性生存保険)		①融資先販売規制 ②融資担当者の分離 ③融資申込みタイミング規制 ④特定関係者等による保険募集

資料－１２ 「融資担当者の分離」に関する規制の概要

生命保険募集人である銀行等又はその役員若しくは使用人が第 1 項第 4 号から第 6 号までに掲げる保険契約の締結の代理又は媒介を行うときは、当該銀行等は、次に掲げる要件を満たさなければならない。

三 銀行等が、その使用人のうち事業に必要な資金の貸付に関して顧客と応接する業務を行う者が、保険募集（第 1 項第 4 号から第 6 号までに掲げる保険契約に係るものに限る。）を行わないことを確保するための措置（当該銀行等が次項に規定する特例地域金融機関である場合にあつては、当該措置に代わる者として金融庁長官が定める措置）を講じていること。

資料－１３ 「支店長による圧力販売事例」（代表例）

【事例①】「取引先信金支店長が訪問されてきて、年金加入を熱心に勧められた」とのこと。「断ると、後の関わりが具合悪くなるような予感があり断れない雰囲気だった」とのこと。やむなく加入されたとのこと。また商品説明はほとんどなかったとのこと。（大阪・信金・変額年金）

【事例②】融資を受けている銀行から「付き合ってほしい」と言われた。その際、融資担当課長と支店長が何度も加入勧奨をしてきて、断れなかったとのこと。（千葉・都市銀行・商品不明）

<要望 3>

いわゆる融資先販売規制における保険募集制限先として、「事業資金の融資先法人の代表者および個人事業主」の家族を加えること。

現在、平成17年12月からの追加解禁商品については、融資先販売規制が課されており、原則として事業資金の融資先である法人・代表者・個人事業主および小規模事業者（常時使用する従業員数50人以下）の役員・従業員に対する保険販売は禁止されています。（資料－14）

しかし、「問題事例収集活動」の結果によると、銀行等の圧力は融資先の事業主のみならず、その家族にも生じている実態が確認されており、現行の融資先販売規制の対象範囲では、銀行等の圧力販売を防止する機能が不十分であると言わざるを得ません。（資料－4）

従って、消費者保護の観点から、銀行等による圧力販売の防止策として、いわゆる融資先販売規制の対象に、既存の対象者の家族を含めることが必要であると考えます。

<要望 4>

特例地域金融機関における融資先販売規制および融資担当者分離規制に係る特例を撤廃すること。

地方銀行や信用金庫、信用組合等の特例地域金融機関については、保険金等の限度額を1,000万円としたうえで、融資先企業の従業員に対する募集制限規制を緩和する等、都市銀行と比べて緩やかな融資先販売規制および融資担当者分離規制等が特例として設けられています。（資料－15）

さらに信用金庫、信用組合等については、保険金等の限度額を1,000万円とした上で、融資先企業の事業主に対する販売規制が事実上撤廃されています。（資料－15）

しかし、「問題事例収集活動」の結果によると、会員・組合員にとって身近な存在であると言われている信用金庫や信用組合からでさえも、保険加入を推奨された場合、圧力を感じて断りきれない実態も浮き彫りとなっています。（資料－4）

また、「圧力販売事例」や「顧客データ流用事例」等の報告件数は、都市銀行と比較して決して少ないとは言えない状況にあります。（資料－16）

従って、圧力販売を防止する観点から、特例地域金融機関についても都市銀行と同様の融資先販売規制および融資担当者分離規制を適用すべきと考えます。

資料－１４「融資先販売規制」に関する規制の概要

銀行等が新たに取り扱いすることができる保険契約（以下「新規解禁保険契約」という。）の募集を行う場合、以下の者（以下「保険募集制限先」という。）を保険契約者又は被保険者として当該保険契約の募集を手数料を得て行ってはならないこととする。

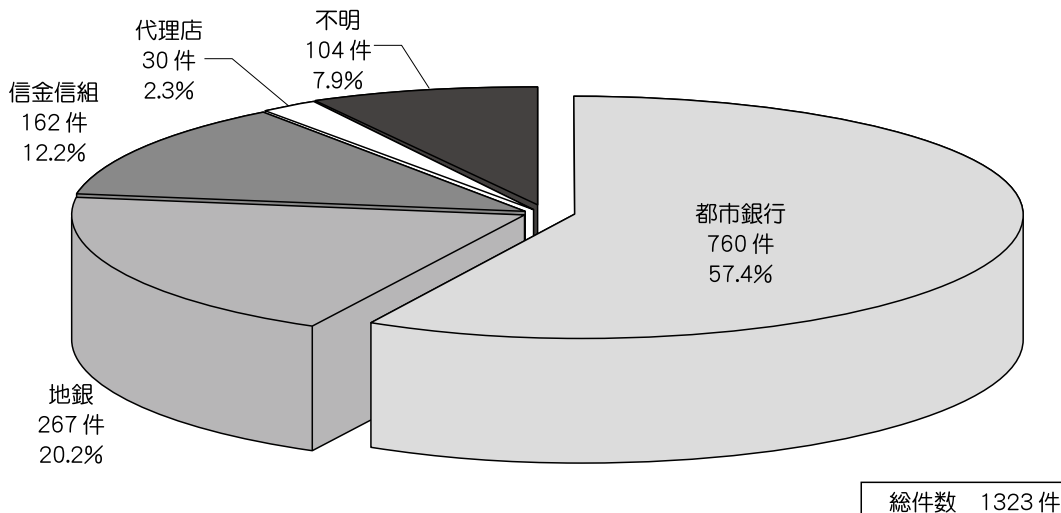
イ． 事業資金の融資先である法人、その代表者及び個人事業主

ロ． 事業資金の融資先である小規模事業者（常時使用する従業員の数が 50 人以下の事業者）の役員及び従業員

資料－１５「特例地域金融機関における融資販売規制等の特例」に関する規制の概要

		個人契約	法人契約			
17年12月 追加解禁商品	一時払終身	○ (販売可)		追加解禁商品にのみ対応する弊害防止措置	融資先販売規制	
	一時払養老	○ (販売可)				
	平準払養老(10年以下)	○ (販売可)	× (販売不可)			従業員数を問わない 法人・代表者・ 個人事業主に対して × (販売不可) ○ (販売可) 但し、 会員・組合員に限り 通計 1000 万まで
	貯蓄性 生存保険	○ (販売可)	× (販売不可)			従業員に対して 50 名 20 名 ○ (販売可) 但し、 通計 1000 万まで 緩やかな担当者分離 × (販売不可)
14年10月 解禁商品	個人年金 住宅関連信用生命 財形	○ (販売可)	× (販売不可)	全商品に対応する弊害防止措置	確認業務規制 募集制限先への販売がないことを確認する体制の構築 担当者分離規制 融資担当者と保険募集人を分離	
			<ul style="list-style-type: none"> <銀行> 非公開金融・保険情報保護措置 <銀行> 募集指針の策定 <銀行> コンプライアンス責任者の配置 <生保> 委託指針の策定 			

資料－１６「圧力販売事例の販売元内訳」(全商品)



<要望5>

銀行業務において取り扱う顧客に関する「非公開金融情報」について、顧客の書面等による同意の有無を問わずその利用を禁止すること。

銀行等が本来業務を通じて知り得た預金者や債務者に関する情報（非公開金融情報）については、書面等による顧客の同意がない限り、保険募集に係る業務に利用することは禁止されています。

しかし、「問題事例収集活動」の結果によると、預金残高や預金口座への入金等といった決済情報を、顧客の同意なく利用して保険勧誘を行っていると認識せざるを得ない事例が報告されています。また、仮に顧客の同意があるとされている場合においても、同意の取得が事後的に行われている等、非公開金融情報の保護措置が実質的に形骸化しているとの疑念を抱かざるを得ないケースも見受けられます。（資料－5）

なお、内閣府の「個人情報保護に関する世論調査」によれば、「他人に知られたくない個人情報」として、年間収入や財産状態等の記録を挙げた人が7割超、病歴や身体の障害等を挙げた人が4割超を占めています（複数回答）。（資料－17）

そもそも銀行等は、本来業務において非公開金融情報を有する立場にあり、その情報の保険募集に係る業務への利用を厳密に制限することは困難です。

従って、上述の問題事例や国民の個人情報に関する意識等も踏まえれば、銀行業務で知り得た「非公開金融情報」を保険募集に利用することについては、顧客の同意の有無を問わず禁止すべきであると考えます。

資料－17 「他人に知られたくない個人情報について」

