

# イギリス、ドイツ、フランスの損害保険市場の動向

—EU 保険仲介者指令改正の動きにもなうイギリス保険業界の反応と  
イギリス競争委員会による個人自動車保険の市場調査実施について—

## 目 次

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| I. はじめに                         | III. EU 保険仲介者指令改正の動きにもなうイギリス<br>保険業界の反応        |
| II. イギリス、ドイツ、フランスの<br>損害保険市場の動向 | IV. イギリス個人自動車保険市場の効率性<br>—競争委員会による市場調査の実施について— |

研究員 門脇 由美      研究員 喜田 亜紀子      研究員 鈴木 久子

## 要 約

### I. はじめに

本稿では、当研究所が継続して行っている欧州先進国に関する調査の一環として、イギリス、ドイツ、フランスの損害保険市場の概況と、EU 保険仲介者指令改正の動きにもなうイギリス保険業界の反応、および、イギリス競争委員会による個人自動車保険の市場調査実施について紹介する。

### II. イギリス、ドイツ、フランスの損害保険市場の動向

イギリスにおける 2011 年度の損害保険の元受保険料は 430 億ポンドと、前年から 0.7%の減少となった。コンバインド・レシオは 96.9 であった。ドイツにおける 2011 年度の損害保険の元受保険料は 566 億ユーロと、前年から 2.5%の増加となった。コンバインド・レシオは 97.9 であった。フランスにおける 2011 年度の損害保険の元受保険料は 655 億ユーロと、前年から 3.4%の増加となった。コンバインド・レシオは 98.5 であった。

### III. EU 保険仲介者指令改正の動きにもなうイギリス保険業界の反応

金融危機以降、EU では金融セクターにおける規制・監督の見直しが行われ、改革等が行われている。このような流れの中で、保険仲介者への規制を強化する保険仲介者指令の改正案が公表された。改正案は、消費者保護を強化するとしており、適用範囲の拡大や報酬開示の義務化などが盛り込まれている。改正案に対して、イギリス保険業界は、それほど大きなインパクトにはならないと評価しているものの、報酬開示の義務化について EU レベルでの議論が長引くと予想している。

### IV. イギリス個人自動車保険市場の効率性 —競争委員会による市場調査の実施について—

イギリス公正取引庁は、個人自動車保険市場における競争が効率的に機能しているか分析するため市場調査を実施し、事故処理プロセスにおいて、競争を妨害、制限、歪曲する慣行が認められるとして、更なる調査を競争委員会に付託した。競争委員会による調査は、事故プロセスに限らず、消費者保護の観点から、市場の多様な側面について競争制限が生じていないか広く検証される予定である。市場競争の機能不全の原因分析を巡っては、業界の各関係団体からも多くの意見書が提出されており、解決策が公表される 2014 年 9 月まで活発な議論が継続されることが予測される。

## I. はじめに

損保ジャパン総合研究所では、欧州の保険市場についての調査、分析を継続して行っている<sup>1</sup>。本稿ではその一環として、欧州の主要国であるイギリス、ドイツ、フランスの損害保険市場の最新動向と、EU 保険仲介者指令改正の動きにともなうイギリス保険業界の反応、および、イギリス競争委員会による個人自動車保険市場の市場調査の実施について紹介する。

本稿の第1の目的は、欧州の保険市場についての情報、分析を継続的に提供する点にある。また、第2の目的は、現地調査により収集した情報をもとに、最近の欧州における保険市場の動向を、EU 規制とイギリス個人自動車保険市場を中心に報告することである。

第II章では、主に2011年のデータに基づき、イギリス、ドイツ、フランスの損害保険市場の概況を紹介する。第III章では、欧州委員会が2012年7月に公表した保険仲介者指令の改正案について、改正案のポイントと、それに対するイギリス保険業界の反応を紹介する。第IV章では、2012年9月にイギリス公正取引庁が競争委員会に付託することを決定した個人自動車保険の市場調査について、調査に至った背景、調査の内容および業界の反応を紹介する。なお、現地でのインタビューは、2013年1月にイギリス保険協会、イギリス保険ブローカー協会、保険会社、法律事務所、ブローカーを対象に実施したものである<sup>2</sup>。

## II. イギリス、ドイツ、フランスの損害保険市場の動向

本章では、直近年次（2011年、ただし一部は2010年）のデータを用いて、EUの損害保険市場の規模を確認した後、イギリス、ドイツ、フランスの主要3カ国の損害保険市場動向について概観していく。

### 1. EU 損害保険市場

#### (1) EU 損害保険市場の概要

スイス再保険会社の“*World insurance in 2011*”によれば、2011年の世界の損害保険市場の収入保険料は1兆9,700億ドルであった<sup>3</sup>。

世界全体の損害保険料は、いくつかの市場と種目において料率が徐々に引き上げられ、2011年は前年から1.9%の増加となった。特に、日本・ニュージーランドにおける地震、オーストラリアでの洪水による大規模な自然災害が大幅な料率引上げをもたらした。また、新興国においては、力強い経済成長に

<sup>1</sup> 損保ジャパン総研クォーターリー第26号「EU市場における損害保険制度改革と保険自由化の影響」（1998年10月）、第32号「1990年代における欧州の金融・保険市場の変化と金融・保険事業者の動向—英国、ドイツ、フランスを中心に—」（2000年4月）、第41号「欧州損害保険市場の最新動向—自由化後の現状と当事者の対応—」（2002年10月）、第43号「欧州損害保険市場の最新動向—2001年の実績と主要国市場の変化—」（2004年3月）。第46号「欧州損害保険市場の最新動向—2005年の実績とトレンド変化—」（2006年12月）、第54号「EU損害保険市場の最新動向—2008年の実績とトレンド変化—」（2009年11月）、第56号「イギリス、ドイツ、フランスの損害保険市場の動向—欧州における金融監督規制改革の動向—」（2010年11月）、第60号「イギリス、ドイツ、フランスの損害保険市場の動向—イギリスの金融監督規制改革とイギリス、ドイツの自動車保険におけるダイレクトチャネル—」（2012年3月）を参照のこと。

<sup>2</sup> 組織名、法令等の名称に略語を用いる場合には、章ごとに設定を行っている。また、文献等の参照に関しても章ごとに行っている。

<sup>3</sup> Swiss Re, “*World Insurance in 2011*”, Sigma No 3/2012, Jun.27, 2012.

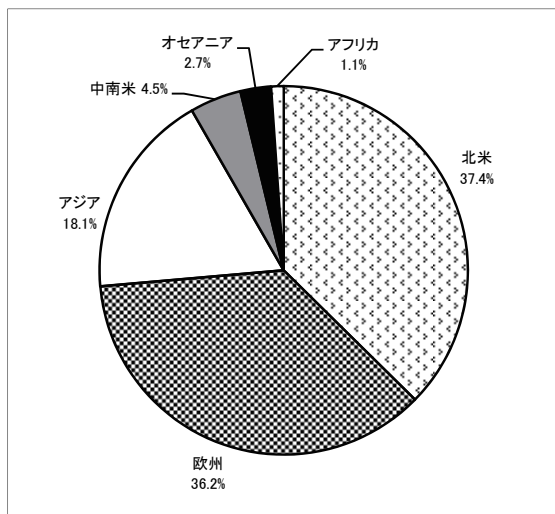
なお、スイス再保険会社の資料における収入保険料とは、受再保険料を含んだ数値となっており、また、2011年12月末時点の為替レートで各通貨をドル換算している。

より、損害保険料の伸びは9.1%と、先進国の0.5%を大きく上回った。特に伸びが著しいのは、中南米・カリブ海諸国で10.7%、次いで南アジア・東アジアが10.2%となっている。

地域別の収入保険料およびそのシェアを見ると、北米が7,362億ドルで世界におけるマーケットシェアは37.4%、欧州が7,137億ドルでシェア36.2%、アジアが3,562億ドルでシェア18.1%、中南米が891億ドルでシェア4.5%、オセアニアが526億ドルでシェア2.7%、アフリカが218億ドルでシェア1.1%であった（《図表1》参照）。前年と比較し、北米は2.4ポイントのシェアの低下、アジアは1.3ポイントのシェアの上昇となった<sup>4</sup>。

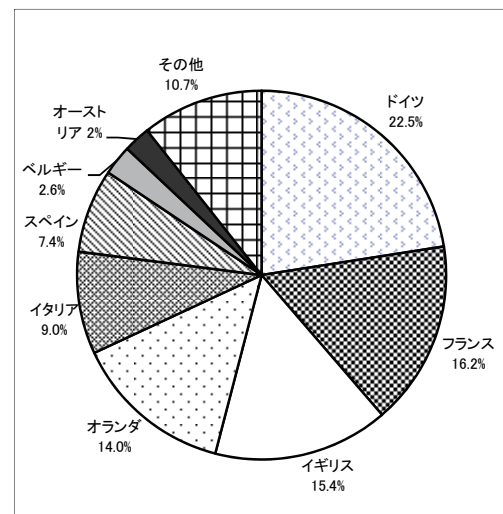
欧州各国の保険協会の連合体であるInsurance Europe(旧CEA(Comite Europeen des Assurances))によれば、EU全体の2011年の元受保険料は4,053億ユーロと前年から2.1%増加した。EUの損害保険市場の国別元受保険料シェアを見ると、2011年はドイツ22.5%、フランス16.2%、イギリス15.4%、オランダ14.0%、イタリア9.0%、スペイン7.4%となっている（《図表2》参照）。また、財政悪化の影響により、経済環境の悪化が深刻なポルトガルは0.9%・アイルランドは4.4%・ギリシャは6.8%、対前年で元受保険料が減少しているが、この3ヶ国のEU全体に占める保険料シェアはそれぞれ1%未満であり、EU全体の動向に大きな影響は無いと見られている<sup>5</sup>。

《図表1》世界の損害保険市場の  
地域別元受保険料シェア（2011年）



(出典) Swiss Re, "World Insurance in 2011" Sigma No 3/2012 より損保ジャパン総合研究所作成。

《図表2》EUの損害保険市場の  
国別元受保険料シェア（2011年）



(出典) Insurance Europe, "European Insurance in Figures" Jan.2013 より損保ジャパン総合研究所作成。

## (2) EU市場統合の動向

ソルベンシーII<sup>6</sup>は2014年1月1日導入予定であるが、ソルベンシーIIの修正案や円滑な移行に向けた措置などが含まれたオムニバスII指令の導入時期が延期されており、遅延が生じる可能性が指摘され

<sup>4</sup> 同上。

<sup>5</sup> CEA, "European Insurance in Figures", Jan.2013.

<sup>6</sup> 保険会社に対する従来のソルベンシーマージン(ソルベンシーI)の資本計量モデルが簡素でリスクを正確に計量できない等の問題があったとして、より精緻なソルベンシーIIの検討が行われた。

ている<sup>7</sup>。2012年12月現在、欧州議会におけるオムニバスII指令の投票日は、当初の2012年10月22日<sup>8</sup>から2013年6月10日まで延期されており<sup>9</sup>、ソルベンシーIIの導入予定日まで余裕がなくなっている。こうした状況を踏まえ、スタンダードアンドプアーズは、ソルベンシーIIの導入は、2016年以降に延期されると予測している<sup>10</sup>。

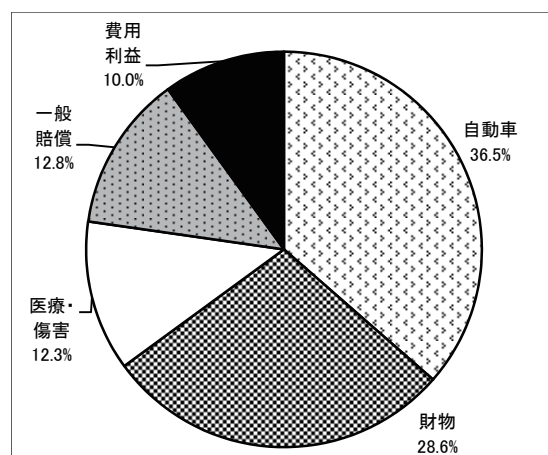
## 2. イギリス保険市場の概要

### (1) 元受保険料

イギリス保険協会（Association of British Insurers、以下「ABI」という。）によれば、2011年のイギリス国内の損害保険全種目（除く海上・航空・運送保険）の元受保険料は430億ポンドと、前年から0.7%の減少となった<sup>11</sup>。

損害保険全種目に占める割合は、自動車保険が36.5%と最も大きく、次いで財物保険が28.6%であった《図表3》参照）。2011年の種目別の元受保険料は、自動車保険が157億ポンドと前年の136億ポンドから15.4%の増加となり、財物保険が123億ポンドと前年の133億ポンドから7.5%の減少となった<sup>12</sup>《図表4》参照）。

《図表3》イギリスの保険種目別保険料内訳  
(2011年)



(出典) ABI, “Total General Insurance Market Statistics 2011” より損保ジャパン総合研究所作成。

### (2) 保険引受収支

2011年のイギリス損害保険全種目の損害率は66.4%、事業費率は30.6%、コンバインド・レシオは96.9であった<sup>13</sup>（《図表5》参照）。コンバインド・レシオは2008年以来3年ぶりに100を下回った。自動車保険においても、コンバインド・レシオは99.5となり、2006年以来5年ぶりに100を下回った<sup>14</sup>。

このコンバインド・レシオの低下は、主に個人自動車保険料の上昇によるものである。2009年、個人自動車保険のコンバインド・レシオは122.2まで上昇し、多くの保険会社が自動車保険料率の引上げを実施した<sup>15</sup>。2010年、個人自動車保険の元受保険料は7.3%上昇したが、対人賠償事故による保険金支払いコストの上昇から、18億ポンドを超える過去最大の保険引受損失を出しコンバインド・レシオの改

<sup>7</sup> FSA, “Our approach to insurance regulation – in practice” (visited Dec.17, 2012) < <http://www.fsa.gov.uk/library/communication/speeches/2012/1022-ja.shtml> >.

<sup>8</sup> FSA, “Solvency II News” (visited Dec.17, 2012) < <http://www.fsa.gov.uk/solvency2> >.

<sup>9</sup> European Parliament, “Legislative Observatory”, (visited Dec.17, 2012) < <http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?id=589513> >

<sup>10</sup> STANDARD&POOR’S, “Insurance Markets”, Dec.6, 2012.p.10.

<sup>11</sup> ABI, “Total General Insurance Market Statistics”.

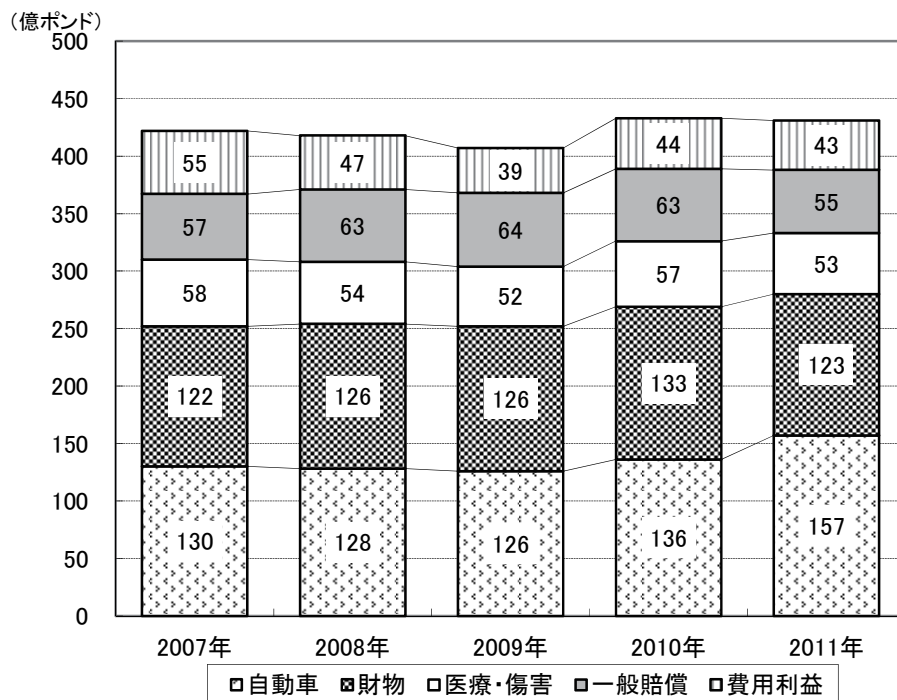
<sup>12</sup> 同上。

<sup>13</sup> 前脚注11。

<sup>14</sup> ABI, “Motor income and outgo 2011”.

<sup>15</sup> Datamonitor, “UK Private Motor Insurance 2012”, Sep.2012 p.32.

《図表 4》イギリスの保険種目別保険料の推移（2007－2011 年）



(注) 海上保険・航空保険・運送保険を除く。

(出典) 《図表 3》に同じ。

《図表 5》イギリスの保険引受収支に関する指標の推移（2007－2011 年）

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
損害率(%)	69.2	66.2	74.0	74.0	66.4
事業費率(%)	31.6	32.2	32.6	30.1	30.6
コンバインド・レシオ	100.8	98.5	106.6	104.1	96.9

(出典) 《図表 3》に同じ。

善には至らなかった<sup>16</sup>。しかし 2011 年、個人自動車保険の元受保険料は 2010 年からさらに 6.4%上昇し<sup>17</sup>、アンダーライティング規律と保険金詐欺への継続した取組みによる保険金支払コストの減少も伴って、保険引受収支は改善の方向に進んだ<sup>18</sup>。

### (3) 販売チャネル

イギリスの損害保険においてはブローカーが中心的な役割を果たしており、2011 年のシェアは 56%であった<sup>19</sup>。次いでダイレクトが 24%、銀行・住宅金融組合 (building society) は 8%、代理店は 5%であった (《図表 6》参照)。

<sup>16</sup> ABI, "OFT call for evidence on private motor insurance Response of ABI", p.5, Mintel, "Motor Insurance UK, March 2012" pp.37-38.

<sup>17</sup> 同上。

<sup>18</sup> Datamonitor, "UK Private Motor Insurance 2012", Sep.2012. p.33.

<sup>19</sup> ABI, "Product Distribution 2011".

《図表 6》 イギリス損害保険市場のチャネル別シェア（全種目）

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
ブローカー	54%	57%	57%	58%	56%
代理店	7%	6%	7%	7%	5%
銀行・住宅金融組合	10%	10%	8%	7%	8%
ダイレクト	21%	21%	23%	22%	24%
公共機関、小売業、 アフィニティ	7%	5%	5%	6%	6%
その他	1%	1%	1%	0%	1%

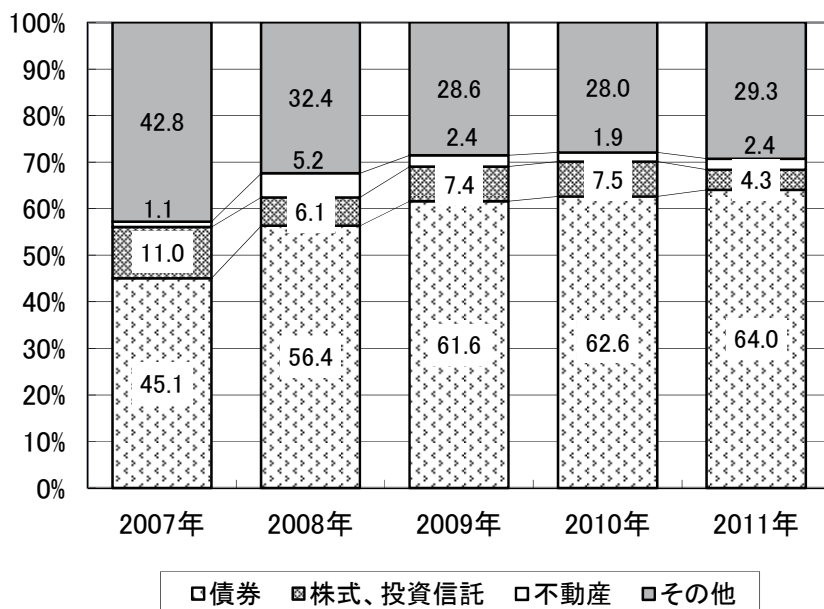
(出典) ABI, “Product Distribution 2011” より損保ジャパン総合研究所作成。

個人向けの損害保険について、個人種目全体の 34%、自動車保険に限ると 47%がダイレクトチャネルであった<sup>20</sup>。インターネットによる保険のダイレクト販売は、1990 年代のインターネットの普及と共に拡大していき<sup>21</sup>、1992 年から 2011 年の 20 年間で、個人種目全体のダイレクトの割合は、14%から 34%へ顕著な増加を記録した<sup>22</sup>。また、ダイレクト販売の増加に伴い、個人種目におけるブローカーのシェアは徐々に減少している<sup>23</sup>。

#### (4) 資産運用状況

イギリスの損害保険会社の運用資産は前年から 7.4%減少し、1,025 億ポンドとなった。近年の傾向として、債券投資のウェイトが徐々に高まっている（《図表 7》参照）。

《図表 7》 イギリスの損害保険会社のポートフォリオの推移（2007-2011 年）



(出典) ABI, “WORLDWIDE GENERAL BUSINESS INVESTMENT HOLDINGS” より  
損保ジャパン総合研究所作成。

<sup>20</sup> 同上。

<sup>21</sup> 損保ジャパン総研トピックス第 9 号「イギリスにおけるアグリゲーター」（2010 年 6 月 21 日）。

<sup>22</sup> ABI, “Product Distribution for General Insurance 2011”。

<sup>23</sup> 同上。



### 《BOX》EUにおける男女別保険料設定禁止規制の導入とその影響

2004年、EUではジェンダー指令（2004/113/EC）により、性差別を禁止し男女間の平等をはかるという男女均等原則のもと、財・サービスの入手・提供に関して性別に基づく異なる取り扱いが禁止された。しかし、保険に関しては保険数理上、性別に基づく保険料設定が妥当な場合は、男女の保険料に差を設けることを可能とする免除規定が定められていた。

このような状況下、ベルギーの消費者協会 Test Achats が、性別に基づく保険料設定は男女均等原則に反するとして、その免除規定を無効とするようベルギー憲法裁判所に提訴した。これを受けたベルギー憲法裁判所は、EU法の解釈の問題とし、EU司法裁判所に裁定を委ね、2011年3月、EU司法裁判所は、料率算出の要素として性別の利用を禁止する男女別保険料の設定を禁止する判決を下した（ジェンダー規制）。その結果、EU加盟国はそれぞれ国内法を整備し、2012年12月21日よりジェンダー規制を導入することとなった。

2011年12月、コンサルティング会社 Oxera は、ドイツ保険協会（GDV）の委託を受け、ジェンダー規制の導入に向けて、EU主要国の保険料比較サイトのデータを用いて男女の自動車保険料の差の調査・分析を行った（《図表8》参照）。これによれば、イギリスが顕著であるものの、各国とも20歳における男女の保険料差は、男性が女性を大きく上回っている。ただし、年齢が高くなるとその差は縮小し、40歳における男女の保険料差は、ドイツ・フランスにおいてはほぼ同一となっている。

男女の保険料の差が大きくジェンダー規制の影響を強く受けると想定されたイギリスでは、導入が迫った2012年下期に入ると、女性の自動車保険料の引き上げがどの程度となるかが大きな関心事となり、保険専門誌だけでなく、一般のメディアでも取り上げられるようになってきた。導入が間近に迫った2012年12月には、イギリス保険ブローカー協会（BIBA）が自動車保険料への影響について調査を行っている。この調査では、若年層の女性の保険料の引き上げは平均15%、その一方で若年層の男性の保険料は平均8%の引き下げになることが見込まれるとしている<sup>24</sup>。

導入後の保険料については、導入から間もないため、今しばらくの動向を見ないと評価できないとの見解がある<sup>25</sup>。リスク細分化が進んだイギリスの自動車保険においては、個々の会社によりプライシング戦略が異なるため、保険料の改定の度合いには違いが生じているとの指摘もある<sup>26</sup>。また、2012年に入り、自動車保険の保険料が横ばい傾向となり、また一部では低下の気配を示している。全体として低下または横ばい傾向になってきていることが、女性の自動車保険料の上昇を緩和しているとの

《図表8》20歳、40歳の自動車保険料の男女差（単位：%）

	20歳	40歳
イギリス	60	12
フランス	20	0
ドイツ	19	0
イタリア	30	0
スペイン	41	18

（注）男性の保険料が女性の保険料より何%高いかを示している。

（出典）Oxera, “The impact of a ban on the use of gender in insurance”, Dec.7, 2011 より損保ジャパン総合研究所作成。

<sup>24</sup> Post online, “Gender directive to push up female motor premiums by 38%”, Dec.18, 2012 (visited Feb.22, 2013) <[http://www.postonline.co.uk/post/news/2232853/gender-directive-to-push-up-female-motor-premiums-by-38%](http://www.postonline.co.uk/post/news/2232853/gender-directive-to-push-up-female-motor-premiums-by-38%>)>.

<sup>25</sup> Post online, “Gender directive: The Sex Factor”, Jan.29, 2013 (visited Feb.22, 2013) <[http://www.postonline.co.uk/post/feature/2238517/gender-directive-the-sex-factor](http://www.postonline.co.uk/post/feature/2238517/gender-directive-the-sex-factor>)>.

<sup>26</sup> 同上。

分析も示されている<sup>27</sup>。

自動車保険のプライシング手法に大きな変革が起きるとの指摘も多くなされている。たとえば、個人の運転リスクを評価できるような質問項目などの開発が進むとの見方である<sup>28</sup>。そして、テレマティクスを利用した自動車保険の普及に弾みがつくと予想する意見も多い<sup>29</sup>。

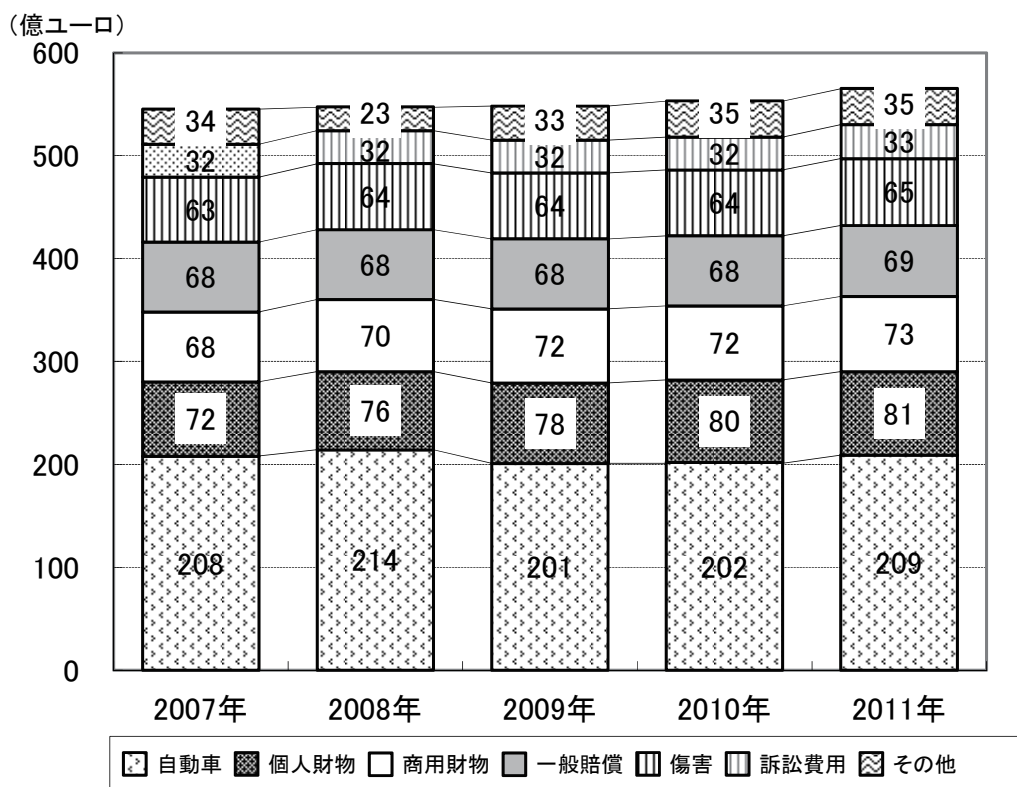
### 3. ドイツ保険市場の概要

#### (1) 元受保険料

ドイツ保険協会（Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.、以下「GDV」という。）によれば、ドイツにおける 2011 年の GDV 会員保険会社の損害保険の元受保険料は 566 億ユーロと、前年から 2.5%の増加となった。

損害保険全種目に占める割合は、自動車保険が 36.9%と最も大きい。次いで個人財物保険 14.4%、商用財物保険 12.9%、一般賠償保険 12.2%、傷害保険 11.5%である<sup>30</sup>（《図表 9》参照）。

《図表 9》ドイツの保険種目別保険料の推移（2007－2011 年）



(注) 医療保険を除く。

(出典) GDV, “Statistical Yearbook of German Insurance 2012” より損保ジャパン総合研究所作成。

<sup>27</sup> 同上。

<sup>28</sup> 同上。

<sup>29</sup> 同上、および、Post online, “Telematics: Revolution on the roads?”, Dec.18, 2012 (visited Feb.22, 2013) <<http://www.postonline.co.uk/post/feature/2232253/telematics-revolution-on-the-roads>>.

<sup>30</sup> GDV, “Statistical Yearbook of German Insurance 2012”.



## (2) 保険引受収支

2011年のドイツ損害保険全種目の損害率は79.4%、事業費率は18.5%となり、コンバインド・レシオは97.9であった。エルベ川流域の大洪水による財物保険の保険金支払の増加により<sup>31</sup>、財物保険のコンバインド・レシオが120.8まで悪化し全体で101.7となった2002年以降、全種目のコンバインド・レシオは100を下回って推移している<sup>32</sup>（《図表10》参照）。自動車保険のコンバインド・レシオは前年と同じ107.4であった。2010年から人身傷害事故の増加によって保険金支払が増えており、損害率が上昇しているため<sup>33</sup>、過去10年間で最も高い水準となっている<sup>34</sup>。この保険引受損失に対応するため、ドイツの最大手Allianz社は2011年、2004年以来の自動車保険料率の引上げを公表しており、他社も追随の動きが見られ、2012年には収支の改善が見込まれている<sup>35</sup>。

《図表10》ドイツの保険引受収支に関する指標の推移（2007－2011年）

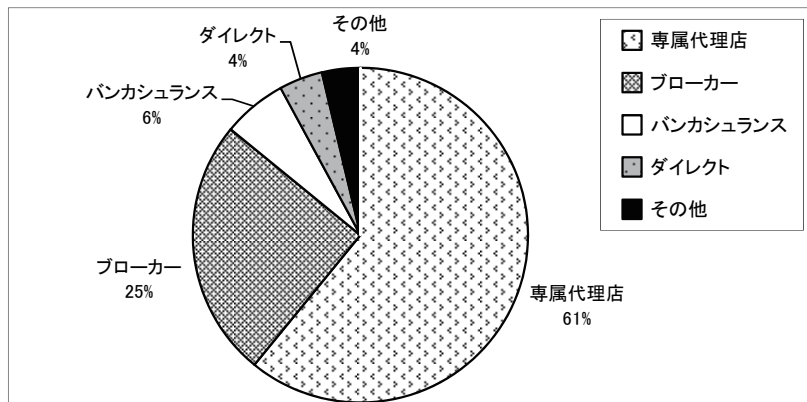
	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
損害率(%)	78.6	78.8	78.5	80.3	79.4
事業費率(%)	17.1	16.1	17.1	17.9	18.5
コンバインド・レシオ	95.7	94.9	95.6	98.2	97.9

(出典)《図表9》に同じ。

## (3) 販売チャネル

ドイツの損害保険においては専属代理店が中心的な役割を果たしており、Insurance Europeによれば、2010年のシェアは61%であった。次いでブローカーが25%、バンカシュランスが6%、ダイレクトが4%であった<sup>36</sup>（《図表11》参照）。

《図表11》ドイツ損害保険市場のチャネル別シェア（2010年）



(出典) Insurance Europe, “Statistics N°46: European Insurance in Figures”より

損保ジャパン総合研究所作成。

<sup>31</sup> GDV, “2002 Yearbook The German Insurance Industry”.

<sup>32</sup> GDV, “Statistisches Taschenbuch der Versicherungswirtschaft 2008”, “Statistisches Taschenbuch der Versicherungswirtschaft 2009”, “Statistisches Taschenbuch der Versicherungswirtschaft 2010”, “Statistical Yearbook of German Insurance 2011”, “Statistical Yearbook of German Insurance 2012”.

<sup>33</sup> GDV, “2011 Yearbook The German Insurance Industry”.

<sup>34</sup> 前脚注30。

<sup>35</sup> Bloomberg, “Allianz ‘on Plan’ With German Non-Life Unit Turnaround”, May.2, 2012 (visited Feb.22, 2013)

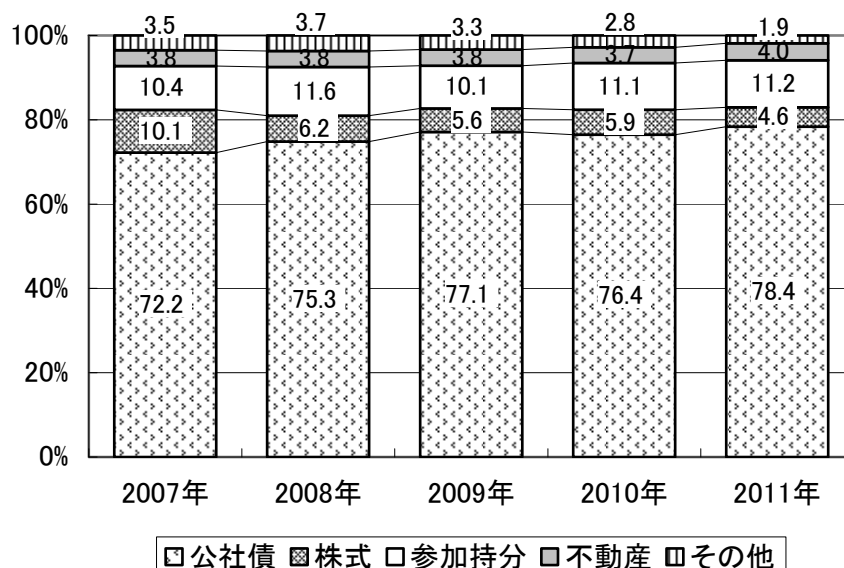
<<http://www.bloomberg.com/news/print/2012-05-02/allianz-german-non-life-unit-turnaround-on-plan-riess-says.html>>.

<sup>36</sup> CEA, “European Insurance in Figures”, Jan.2013.

#### (4) 資産運用状況

ドイツの損害保険会社の運用資産は前年と同じ1,380億ユーロであった。運用資産に占める割合が最も大きいのは公社債であり、78.4%であった。次いで参加持分 (Participating interests) 11.2%、株式 4.6%、不動産 4.0%であった<sup>37</sup> (《図表 12》参照)。

《図表 12》ドイツの損害保険会社のポートフォリオの推移 (2007-2011年)



(注) 参加持分は、主に子会社や関連会社への投資。

(出典) 《図表 9》に同じ。

#### 4. フランス保険市場の概要

##### (1) 元受保険料

Insurance Europe によれば、2011年のフランス損害保険市場の元受保険料は655億ユーロと、前年から3.4%の増加となった。損害保険全種目に占める割合では、自動車保険が28.9%と最も大きい。次いで、財物が23.4%、医療が14.6%を占める。

2011年の種目別の元受保険料は、自動車保険が190億ユーロと前年から3.6%の増加となり、次いで財物が153億ユーロと前年から4.9%の増加、医療は前年から0.2%の増加となった (《図表 13》参照)。

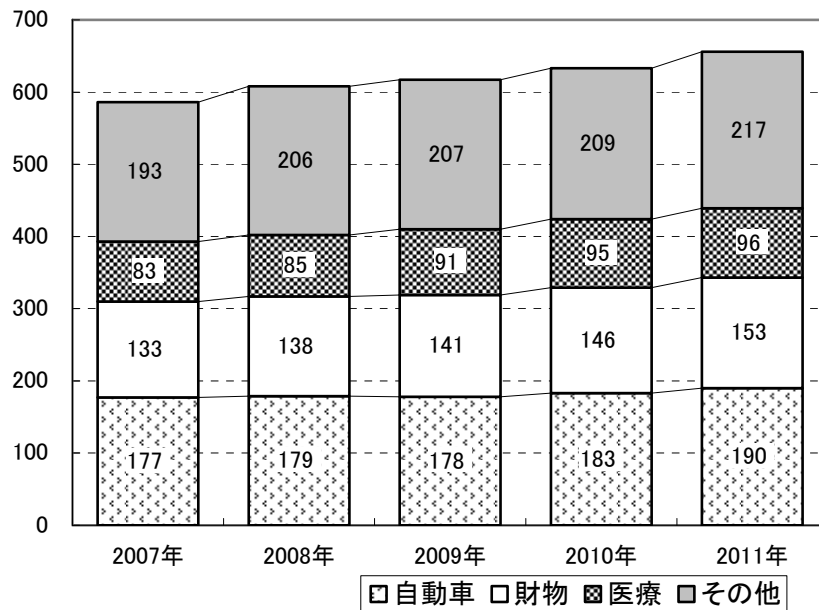
##### (2) 保険引受収支

2011年のフランス損害保険全種目のコンバインド・レシオは98.5であった。全種目のコンバインド・レシオは、2009年2010年に100を超えたものの、2011年は100を下回る水準に回復している (《図表 14》参照)。

<sup>37</sup> 前脚注 30。

《図表 13》フランスの保険種目別保険料の推移（2007－2011 年）

(億ユーロ)



(出典) 《図表 11》に同じ

《図表 14》フランスのコンバインドレシオの推移（2007－2011 年）

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
損害率(%)	76.5	74.7	80.0	77.6	74.3
事業費率(%)	23.9	24.9	24.3	24.6	24.2
コンバインド・レシオ	100.4	99.6	104.3	102.2	98.5

(出典) FFSA, “LES ASSURANCES DE BIENS ET DE RESPONSABILITÉ Données clés 2011” より損保ジャパン総合研究所作成。

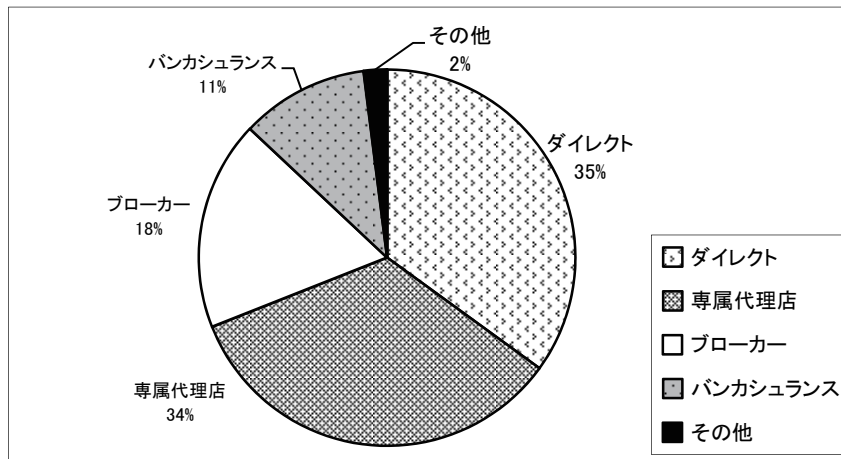
2011年の自動車保険のコンバインド・レシオは102.9であった。2005年以降、コンバインド・レシオは100を超える状況が続いているが、2009年の110をピークに、徐々に減少している<sup>38</sup>。

### (3) 販売チャネル

フランスの損害保険においては専属代理店とダイレクト（直販）が中心的な役割を果たしており、Insurance Europeによれば、2010年のシェアはダイレクトが35%、次いで専属代理店が34%、ブローカーが18%、バンカシュランスが11%であった（《図表 15》参照）。ダイレクト比率が高いのは、保険会社の社員が営業所で直接販売をする直販相互保険会社が含まれていることによる。直販相互保険会社は、フランスの伝統的な保険会社の形態である。インターネットを通じたダイレクト販売のシェアは1～2%といわれている。

<sup>38</sup> FFSA, “LES ASSURANCES DE BIENS ET DE RESPONSABILITÉ Données clés 2011”。

《図表 15》 フランス損害保険市場のチャネル別シェア（2010年）



(出典) 《図表 11》に同じ。

### Ⅲ. EU 保険仲介者指令改正の動きにともなうイギリス保険業界の反応

金融危機以降、EU では金融セクターにおける規制・監督の見直しが行われ、改革等が行われている。このような流れの中で、保険仲介者への規制を強化する保険仲介者指令の改正案が公表された。規制の強化により、消費者保護を強化するとともに、保険業界の公正な競争環境を整備するとしている。

2013 年 1 月末の時点では、欧州議会で議論がなされている段階であり、今後修正案が示される予定となっている。したがって、その内容については、今後変更される可能性が高いが、本章では、この改正案に基づいた現時点までの議論や保険業界の反応について、主として損害保険分野に焦点をあて、2013 年 1 月に実施したイギリスでの取材内容を含めて紹介する。

#### 1. EU 保険仲介者指令改正の背景

##### (1) 現行の保険仲介者指令の概要

EU では、1993 年の統合を経て、1999 年に単一通貨ユーロが導入され、EU 域内の単一市場の形成と自由化が推進されてきた。保険仲介者が EU 域内で自由に活動することを容易にするるとともに、消費者の保険商品の選択肢を拡大して保険仲介者から受けるアドバイスの信頼性を高めることを目的として、2002 年に EU 保険仲介者指令 (Insurance Mediation Directive、以下「IMD」という。)(2002/92/ EC) が採択され、保険仲介者に監督機関への登録義務を課すなどのルールが統一が図られた。

現行の保険仲介者指令は、金融サービスの単一市場の完成と保険分野における消費者保護の双方に資するため、保険仲介者の専門性についての要件、および、保険仲介者の登録義務の加盟国間での標準化を規定している<sup>39</sup>。

- 「適切な知識と能力、好ましい評判、専門職業人賠償責任保険あるいは同等の賠償資力の確保、十分な財務上の余裕」を保険仲介者の要件とし、加盟国共通の最低基準を設ける。

<sup>39</sup> DIRECTIVE 2002/92/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 9 December 2002 on insurance mediation (Directive 2002/92/EC)、詳細は「損保ジャパン総研クォーターリーVol. 41」(損保ジャパン総合研究所、2002 年 10 月) pp.44-56 を参照のこと。

- 加盟国の監督機関に対し、厳格な要件に基づく審査のうえ、保険仲介者を登録することを義務付ける。登録を行わず保険仲介の業務を行ったものには、罰則を設ける。
- 消費者に対する情報開示に関し、最低限の義務を規定する。

現行の保険仲介者指令は、EU加盟国の国内法への導入手続きを経て、2005年に実施された。

## (2) 保険仲介者指令改正に向けた動き

金融危機は、金融セクター全体で消費者保護の重要性が強調される契機となった。2010年11月、G20は、OECD、金融安定理事会（the Financial Stability Board）、および、その他の関連する国際組織に対して、消費者保護を強化するため、金融サービス分野での一般原則を定めるよう依頼した<sup>40</sup>。この原則に照らし合わせて、現行指令の見直しが行われることとなった。

保険仲介者指令改正の大前提として、公正な競争環境を整備すること、消費者保護を強化すること、EU市場統合を促進することを上げ、主に以下の6つを目的としている<sup>41</sup>。

- 適用範囲を全ての販売チャネルに拡大する。
- 利益相反を特定、管理、軽減する。
- 主要条項に違反した場合の処分および罰則について、加盟国間での統一レベルを高める。
- アドバイスの適合性と客観性を促進する。
- 複雑な商品販売に対応できるよう販売者の専門的能力を確保する。
- 保険市場におけるEU加盟国間での登録の手続きを単純化し、統一化を図る。

## (3) 関連するEU指令との関係性

2009年に採択されたソルベンシーIIの議論の過程において、関連するEU指令の見直しが併せて検討された。その際、投資要素を持つ生命保険の販売の基準について、強い懸念が示された<sup>42</sup>。欧州では、運用実績によって保険金額が変動するユニットリンク保険が販売されている。このユニットリンク保険の販売について、金融危機を通じて消費者から多くの苦情が寄せられるようになった。十分なアドバイスを行わない不適切な販売により、消費者に対してEU加盟国全体で最大1兆1,000億ユーロの潜在的な損失を与えているとの試算もなされている。現行の保険仲介者指令においては、投資要素をもつ保険の販売について特別な規定はなされておらず、投資要素を持たない保障型の保険商品と同じ取り扱いがなされていた。改正案では、投資要素を持つ保険について、規制を強化するとともに、関連するEU指令と一貫性を確保することが求められることとなった<sup>43</sup>。

《図表16》は、関連するEU指令との関係性を示している。分野横断的な一貫性を確保するため、保

<sup>40</sup> OECD, "G20 HIGH-LEVEL PRINCIPLES ON FINANCIAL CONSUMER PROTECTION", Oct. 2011.

<sup>41</sup> European Commission, "Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on insurance mediation", 2012/0175(COD).

<sup>42</sup> 同上。

<sup>43</sup> European Commission, "COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT EXECUTIVE OF THE IMPACT ASSESSMENT Accompanying the document PROPOSAL FOR A DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on Insurance Mediation", SWD(2012)192.

険仲介者指令（IMD）の改正においては、現在改正が進行中である金融商品市場指令（The Markets in Financial Instruments Directive、以下「MIFID」という。）とリテール投資商品パッケージ（Packaged Retail Investment Products、以下「PRIIPS」という。）を考慮するとしている<sup>44</sup>。金融商品市場指令は、2011年10月に改正案が公表されており<sup>45</sup>、保険仲介者指令に先行して改正が進められている。

《図表 16》 関連する EU 指令との関係

	保険	保険(投資要素を含む)	投資
主な商品	生命保険、損害保険	ユニットリンク保険	株式、証券、投資ファンド、デリバティブ
販売チャネル規制	IMD		MIFID II
商品開示規制	SOLVENCY II	PRIIPS	UCITS

(出典) European Commission, “COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT EXECUTIVE OF THE IMPACT ASSESSMENT”より損保ジャパン総合研究所作成。

## 2. 改正案の主なポイントとイギリス保険業界の反応

2012年7月に保険仲介者指令の改正案（Insurance Mediation Directive II（IMD II））が公表された<sup>46</sup>。損害保険と生命保険の仲介者、および、再保険の仲介者が対象となる。現行指令からの主な変更点について、損害保険仲介者を中心に確認する。

### （1）適用範囲の拡大

改正案では、保険仲介につき以下のように定義している<sup>47</sup>。

- 保険契約時の助言、提案、その他の契約締結の準備にかかる業務の遂行、および、保険契約の締結を行う。
- 保険金支払において、保険契約の管理、遂行の支援を行う。

現行指令では、保険販売を主要な事業とする全ての保険仲介者が対象とされており、代理店、ブローカー、および、バンカシュランスが例示されていた。改正案では、これらに加え、ダイレクト販売を行う保険会社、価格比較サイト（アグリゲーター）、保険を販売する旅行代理店、レンタカー会社が例示されている。また、新たにロスアジャスター、クレーム・マネジメント会社など、保険金支払業務に関連する業者が対象とされている<sup>48</sup>。

《図表 17》は、EU 加盟国の保険市場のチャネル別シェアである。損害保険に注目してみると、オランダやフランスのように、現行の保険仲介者指令が対象としていないダイレクトチャネル等のシェアが

<sup>44</sup> 同上。

<sup>45</sup> European Commission, “Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on markets in financial instruments repealing Directive 2004/39/EC of the European Parliament and of the Council”, 2011/0298 (COD).

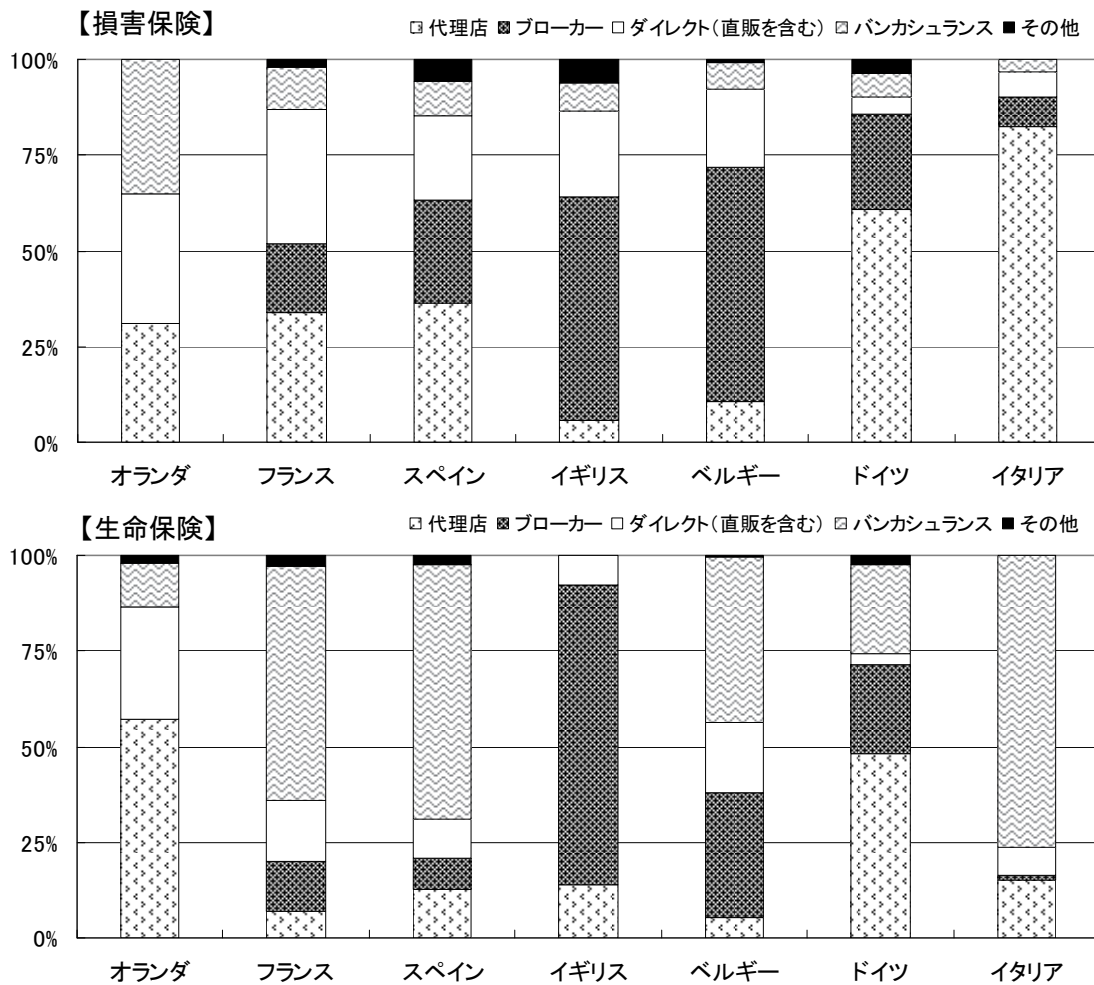
<sup>46</sup> 前脚注 41。

<sup>47</sup> 同上。

<sup>48</sup> 同上。



《図表 17》 EU 加盟国の保険市場のチャネル別シェア：保険料ベース（2010 年）



(注) オランダは、代理店にブローカーが含まれている。

(注) 損害保険には、医療保険が含まれている。

(出典) Insurance Europe, "Statistics N°46: European Insurance in Figures" より損保ジャパン総合研究所作成。

大きい国もある。改正案では、規制の対象範囲を拡大することで、消費者がどのチャネルから保険を購入しても、同一レベルの消費者保護が確保されることを目指している<sup>49</sup>。

規制の対象範囲が拡大することについて、イギリス保険ブローカー協会 (British Insurance Brokers' Association、以下「BIBA」という。) は、アグリゲーターと旅行代理店が新しい指令の対象範囲となることを評価し、改正案どおり範囲が拡大されることを求めている<sup>50</sup>。一方、ロスアジャスターやクレーム・マネジメント会社が対象となることには、否定的な意見がある。これは、保険会社から保険金支払いサービスの委託を受けているものであり、保険会社に監督責任を負わせれば良く、直接的な規制を行うのはかえって弊害が生ずると指摘している<sup>51</sup>。

<sup>49</sup> 同上。

<sup>50</sup> Post online, "Biba slams European timetable for commission disclosure", Jul.03,2012 (visited Jan. 30,2013.) <<http://www.postonline.co.uk/post/news/2188982/biba-slams-european-timetable-commission-disclosure>>

<sup>51</sup> 2013年1月に実施したイギリス保険業界関係者へのインタビューによる。

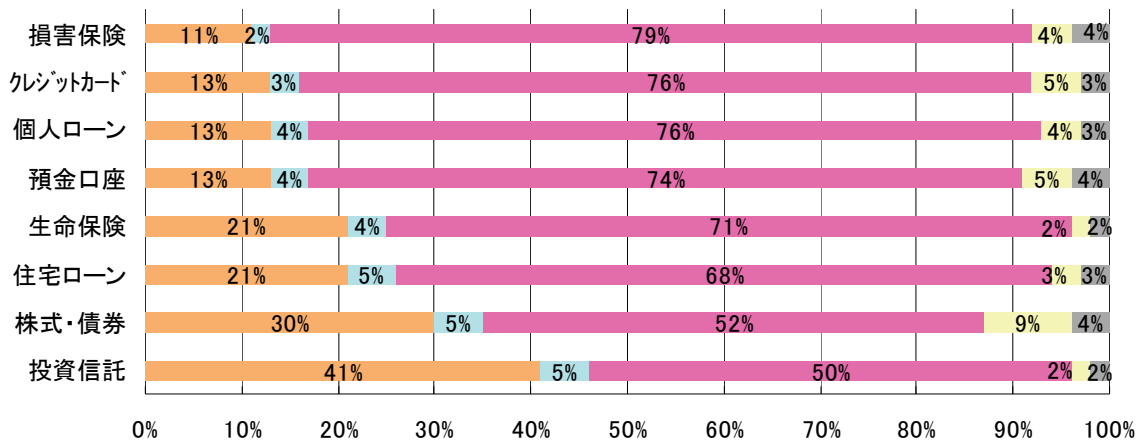
## (2) 報酬開示の義務化

利益相反関係の明示と透明性確保を目的として、保険仲介者と保険会社に対して報酬の開示が義務付けられる。仲介者が受取る報酬について、消費者から直接支払われるフィー (fee) によるものか、保険会社から支払われるコミッション (commission) によるものか、フィーとコミッションの組み合わせによるものかを明らかにし、報酬の総額を提示する必要があるとしている<sup>52</sup>。

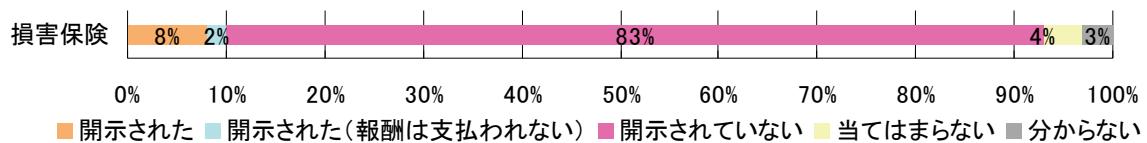
EU における報酬開示の現状について確認する。《図表 18》は、欧州委員会が 2011 年に行った消費者に対する調査結果で、過去 5 年間で金融商品を購入した際に報酬開示を受けたかどうかを示したものである。投資信託では購入者の約 45%が報酬の開示を受けており、投資要素の高い金融商品ほど、報酬開示を行っていることがわかる。損害保険については、報酬が開示された割合が最も低く、イギリスでみると 10%程度に留まっている<sup>53</sup>。

《図表 18》 金融商品購入時における報酬開示の有無についてのアンケート調査

### 【EU 全体】



### 【イギリス】



(出典) European Commission, “Special Eurobarometer373 RETAIL FINANCIAL SERVICES REPORT”より  
 損保ジャパン総合研究所作成。

イギリスの損害保険市場における主要な販売チャネルは、ブローカーであり（《図表 6》参照）、イギリスには、約 3,500 社のブローカーが存在している<sup>54</sup>。改正案では、販売プロセスに関与する全ての事業者について開示するのか、消費者との接点となる保険仲介者のみが開示するのか、開示対象の範囲が

<sup>52</sup> 前脚注 41。

<sup>53</sup> European Commission, “Special Eurobarometer373 RETAIL FINANCIAL SERVICES REPORT”, Apr. 2012.

<sup>54</sup> 2013 年 1 月に実施した BIBA へのインタビューによる。

明確になっておらず、報酬の定義も明確になっていないが、最も影響が大きいと予想されるブローカーを中心にみていく。

### ①ブローカーへの影響

イギリスでは、企業分野については、報酬開示に関する規制が既に導入されており、契約者からの要求があった場合は、報酬を開示しなければならないが、個人分野については、報酬開示に関する規制はない<sup>55</sup>。また、イギリスブローカー関係者は、個人分野と企業分野では、ブローカーの報酬体系が異なっており、報酬開示の義務化による影響は両者で異なると評価している<sup>56</sup>。

ブローカーの報酬として、コミッション (commission) とフィー (fee) がある。コミッション (commission) は、主に保険会社から受取るもので、保険料に比例した金額 (保険料の何%) となっている。また、フィー (fee) は、消費者から受取るもので、一般的に保険料に関係なく決定される。

#### (a) 個人分野：

イギリスのブローカー関係者によると、個人分野では、コミッションが一般的である。保険会社が商品ごとにコミッションレートを定めており、この基準に従ってコミッションを決めるブローカーが大半である。ブローカーの中には、個人向けパッケージ商品の開発や約款の作成といった保険会社が行う業務の一部を委託されているところもあり、このようなブローカーは、コミッションが高く設定されている。さらに、利益率が高いブローカーのコミッションが高く設定されることもある。

ブローカーは、消費者の利益のために中立な立場でアドバイスを行うものであるが、消費者はアドバイスに対して費用を払うことに抵抗を示す傾向があり、フィーが認められにくいといった理由から、また、ブローカーのコミッションを禁止するような規制がないことから、コミッションを採用しているケースが多い<sup>57</sup>。

#### (b) 企業分野：大企業向け

イギリスのブローカー関係者によると、大規模な企業への保険販売は、フィーが普及している。フィーの金額はブローカーが自由に設定することが可能で、保険会社から提示される純保険料にフィーを上乗せして企業から受取る。従来はコミッションが主流であったが、近年は企業側がフィーによる取引を希望するケースが多く、フィーにシフトしてきている。保険料が急激に上昇した場合、保険料に比例するコミッションも同時に上昇するため、急激な変化に対して企業から理解が得られにくいといった状況があり、フィーに切替えていくブローカーが増えたという<sup>58</sup>。

<sup>55</sup> FSA, "Insurance: Conduct of Business sourcebook", (ICOBS) 4.4.1.

<sup>56</sup> 2013年1月に実施した BIBA、現地ブローカーへのインタビューによる。

<sup>57</sup> 前脚注 54。

<sup>58</sup> 前脚注 56、なお、大手ブローカーの中には、取扱った保険の損害率など収益性を考慮した成功報酬型のコミッションを導入しているところもある。

## (c) 企業分野：中小企業（SME）向け

イギリスのブローカー関係者によると、SME への保険販売は、コミッションとフィーの両方が混在している<sup>59</sup>。

イギリスのブローカー関係者は、企業分野では、自主的にフィーを開示しているブローカーも存在しており、報酬の開示が義務化されたとしても、デメリットや混乱は生じないと予想している。一方で、個人分野については、影響が大きいとしている<sup>60</sup>。

BIBA は、報酬を開示することでブローカーの間でコミッションレートの違いが明らかになるため、保険会社がコミッションレートの見直しを行う可能性があり、現在コミッションを導入しているブローカーも、自ら金額を設定することができるフィーへ移行し、将来的にはフィーが主流となっていくのではないかと予想している<sup>61</sup>。また、CLYDE & CO 社は、報酬が開示されることで、報酬と純保険料とが明確になるため、消費者がより安い報酬のブローカーを探すようになり、市場原理によって報酬が一定の価格に収斂されていくのではないかと指摘し、保険料にも同じことが考えられ、保険会社とブローカーの両方で、競争がさらに高まると予想している<sup>62</sup>。

一方、現地ブローカーは、保険仲介は利益相反が生じやすいビジネスであるものの、イギリスの損害保険については、商品やサービス内容が保険会社によって全く異なっており、消費者のニーズに沿った保険を提案する過程において、コミッションによるバイアスは生じにくいいため、報酬開示による効果が小さいのではないかと指摘している<sup>63</sup>。

## ②消費者・企業への影響

《図表 19》は、保険を購入する際に重視する項目について、SME を対象としたアンケート調査の結果である。保険の購入には、保険の補償内容や合計コストを重視する傾向があり、ブローカーのコミッションについては、約 7 割が重要でないと考えていることが見てとれる<sup>64</sup>。

また、CLYDE & CO 社は、個人分野においては、多くの消費者は、ブローカービジネスのコスト構造を理解していないため、報酬を開示することは、かえって消費者に混乱を与えるだけでメリットがないとの懸念を示した上で、保険設計から販売にかかる一連のプロセスとそのコストを説明する方が、消費者にとって有益な情報なのではないかとの意見も出ていると説明している<sup>65</sup>。報酬を開示することで、消費者が報酬を基準に商品を選択するようになると、消費者が自分にとって適切でない保険を購入するおそれがあり、単に消費者に多くの情報を開示しても、情報の非対称性を解消することにはならないと強く主張する業界関係者もいる。さらに、報酬を開示することで利益相反の解決を消費者に委ねることとなっており、無責任で非現実的だとし、まずは、保険会社と保険仲介者がコンプライアンスとして自

<sup>59</sup> 前脚注 54。

<sup>60</sup> 前脚注 56。

<sup>61</sup> 前脚注 54。

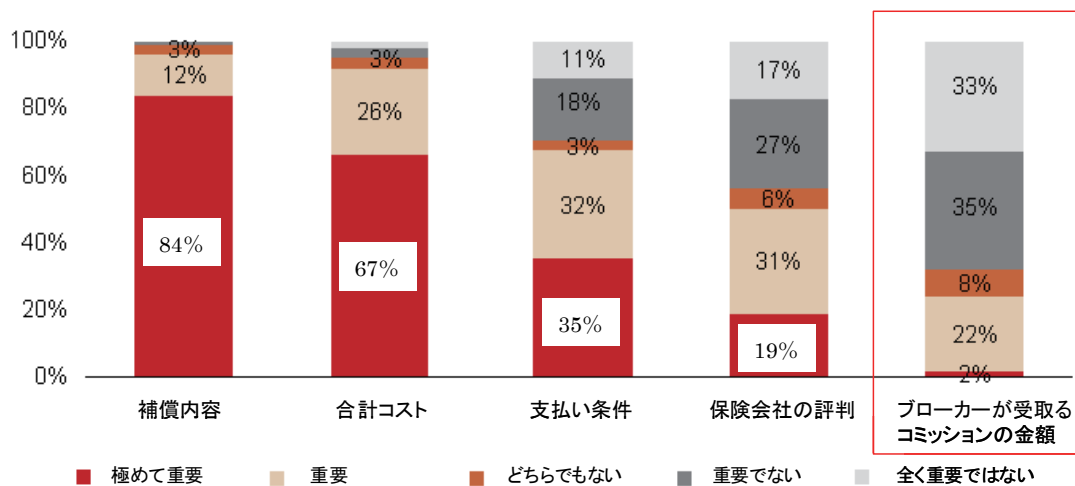
<sup>62</sup> 2013 年 1 月に実施した CLYDE & CO 社へのインタビューによる。

<sup>63</sup> 2013 年 1 月に実施した現地ブローカーへのインタビューによる。

<sup>64</sup> BIBA, "SME Insurance: Commission Report", Nov. 2008.

<sup>65</sup> 前脚注 62。

《図表 19》 保険を購入する際に重視する項目（SME を対象にアンケート調査）



（出典）BIBA, “SME Insurance: Commission Report”より損保ジャパン総合研究所作成。

分たちの利益相反を解消するよう管理していくべきであり、内部コントロールとモニタリングを確立することが重要だとこの関係者は指摘する<sup>66</sup>。

### （3）クロス・セル（cross-selling）の明示と抱き合わせ販売（tying practices）の禁止

保険商品をその他の金融サービスなどと組み合わせて1つのパッケージ商品として販売する場合、保険仲介者はパッケージを構成する保険商品を個別に購入できることを提示し、その場合の保険料を提示することが求められる。また、1つの保険商品に付属的に保険商品またはサービスを付加するものについて、消費者の要望により切り離すことができない商品は販売を禁止される<sup>67</sup>。

例えば、火災保険は、落雷、風災、水災、盗難といった火災以外の損害も補償する総合補償タイプとなっている。このような総合補償タイプの保険を販売する際には、各補償を単体で購入できることを説明する必要があり、また、各々の内訳保険料を提示することが求められる可能性がある。火災保険の例で言うと、水災のみの購入を可能とし、単体での購入も可能であることを説明し、各々の保険料を提示することとなる。こうした規定が盛り込まれた背景には、例えば、銀行のキャッシュカードやクレジットカードに海外旅行保険や傷害保険が自動的に付帯され、保険の要否を消費者が選択できないという販売がなされることを防ぐためである。消費者の選択肢を増やすとともに、自動付帯等によって不適切販売を防止するねらいがある<sup>68</sup>。

ただし、改正案のレベルでは“クロス・セル”や“抱き合わせ販売”の定義や範囲が明確になっていないため、現状ではどこまでの対応が求められるかは明らかにはなっていない。ABIは、消費者の意志を反映することができない「強制的」な抱き合わせ販売は、不当であり、競争制限的な行為に当たるため禁止すべきとの立場を示している。一方で、例えば、弁護士費用保険は自動車保険とセットで購入し

<sup>66</sup> 前脚注 51。

<sup>67</sup> 前脚注 41。

<sup>68</sup> 前脚注 51。

た方が、別々に購入するよりも保険料が安くなるというように、複数の商品を抱き合わせて販売することで、消費者にとって利便性やコストメリットがあることから、詳細な調査と適切な評価をする必要があると指摘している<sup>69</sup>。イギリス大手保険会社は、現在販売されている多くのパッケージ商品は、構成する保険商品を単体で購入することはできないため、独立の商品として開発が必要になる可能性があり、保険会社への影響が大きいとの懸念を示している。内容によっては、保険業界に大きな影響を与える可能性があるため、これに反対の立場をみせており、今後の動向に注目していく姿勢を見せている<sup>70</sup>。

### 3. まとめ

#### (1) イギリス保険業界における問題意識

EU の指令は、最低限の基準を設けるものであり、加盟国で法制化する際には、より厳格な規制とすることができる。イギリスは、加盟国の中でも保険仲介に対して厳格な規制を導入している。CLYDE & CO 社は、改正案に含まれている新たな要件は、既にイギリスで導入されているものもあり、イギリスへの影響は、他国に比べるとそれ程大きくないだろうと評価している<sup>71</sup>。

《図表 20》は、ブローカーが規制に対応するために負担している費用について、EU 加盟国で比較したものである。コストとして、規制によって生じる課徴金等の直接的な費用と、監督当局に対する報告書を作成する場合にかかる人件費等の間接的な費用があり、イギリスは他の加盟国の中でも突出して高いことが分かる。イギリスにおける規制にかかる費用は、ブローカーが負担しているリスク以上に過大なものとなっているとの見方もなされている<sup>72</sup>。従来から、イギリスのブローカーについて、他国と比較して規制に対応する費用負担が過大なために EU の中で競争力が低下するとの声があった。改正案によって、より厳格な規制を加盟国に敷くことについては、より公正な競争環境に近づくとの考えもある。このような経緯からも、EU 全体で規制を強化することに賛成であり、イギリスは推進していく立場を取っている<sup>73</sup>。

一方で、イギリスの保険会社の中には、保険業界への規制強化の潮流に対しては、ネガティブな印象を抱いているところもある。CLYDE & CO 社は、規制が強化されることで規制に対応するコストが上がり、人的リソースも必要となってくるため、これらのコストは、最終的に保険料に転嫁されることとなり、保険料上昇に繋がるとの懸念を示している<sup>74</sup>。

<sup>69</sup> ABI, “ABI summary: Insurance Mediation Directive (IMDII)”, Nov. 2012、2013 年 1 月に実施した ABI へのインタビューによる。

<sup>70</sup> 2013 年 1 月に実施した ABI、RSA 社へのインタビューによる。

<sup>71</sup> 前脚注 62。

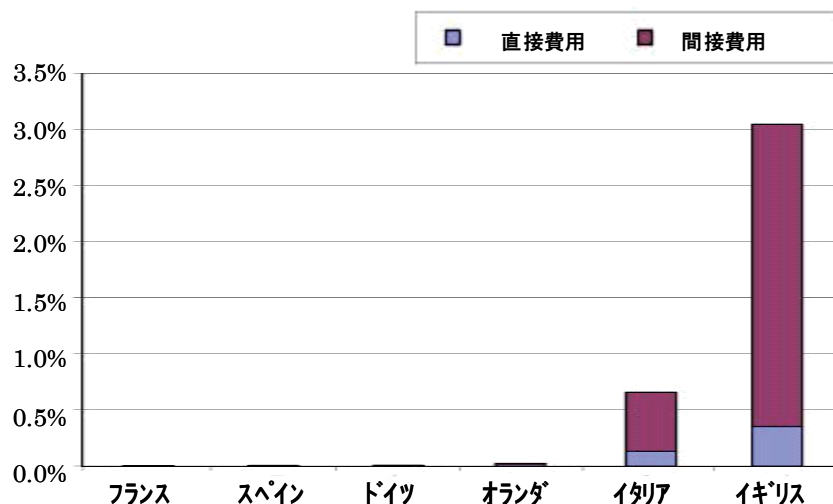
<sup>72</sup> Charles River Associates, “Future regulation for insurance brokers”, Mar.2011.

<sup>73</sup> 2013 年 1 月に実施した CLYDE & CO 社、イギリス保険業界関係者へのインタビューによる。

<sup>74</sup> 前脚注 62。



《図表 20》EU 加盟国における規制にかかる費用（損害保険料収入に対する割合）



(注) 大規模ブローカーを対象に行った調査結果による。

(出典) Charles River Associates, “Future regulation for insurance brokers”.

## (2) 今後のスケジュール

イギリス保険業界は、保険仲介者指令の改正案について、現時点では議論がなされている段階で最終決定ではないため、評価が難しいとしながらも、それほど大きなインパクトにはならないとの認識であった。しかし、報酬開示の義務化については、両業界ともに共通して反対の立場を示しており、要求があれば開示をするという緩やかな規制に留めるよう、EU に働きかけているとのことである。

同改正案は、コンサルテーション、公聴会を経て、欧州議会と閣僚理事会での採択に向けた議論がなされている。2013 年中に採択され、2015 年から実施される予定となっている<sup>75</sup>。しかし、取材をしたイギリスの保険業界関係者は、このスケジュールから遅れると予想している。その理由として、1つは、EU レベルでの報酬開示の議論が長引くことが予想されていること、もう1つは、関連する EU 指令との整合性を取っていく必要があり、関連指令のスケジュールが遅れることがあれば、保険仲介者指令にも影響が出てくることが予想されていることを上げている<sup>76</sup>。

日本においても、金融庁の金融審議会保険商品・サービスの提供等の在り方に関するワーキング・グループにおいて、保険募集に関する規制のあり方の検討がなされており、個別の問題として、代理店手数料の開示などが取り上げられている<sup>77</sup>。日本の金融規制は、EU の規制動向から強く影響を受けてきており、今後も保険仲介者指令改正の動向を注視していきたい。

<sup>75</sup> European Commission, “Revision of the Insurance Mediation Directive -Frequently Asked Questions”, Jul.3, 2012.

<sup>76</sup> 前脚注 73。

<sup>77</sup> 金融審議会 保険商品・サービスの提供等の在り方に関するワーキング・グループのホームページ (visited Mar.6,2013) <[http://www.fsa.go.jp/singi/singi\\_kinyu/base\\_gijiroku.html#hoken\\_teikyou](http://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/base_gijiroku.html#hoken_teikyou)>。

#### IV. イギリス個人自動車保険市場の効率性 —競争委員会による市場調査の実施について—

##### 1. はじめに

2012年5月、イギリス公正取引庁（Office of Fair Trading、以下「OFT」という。）は、個人自動車保険市場における競争が効率的に機能しているか分析することを目的に市場調査を行い、その報告書を公表した。報告書は、自動車保険の事故処理プロセスにおいて、競争を妨害、制限、歪曲する慣行が認められ、自動車保険のコスト増により消費者の利益が損なわれていると指摘している<sup>78</sup>。OFTは9月末に当該事案を競争委員会（Competition Commission、以下「CC」という。）に付託し、2013年1月から翌2014年にかけてCCによる更なる詳細な市場調査の実施が決定している。本章では、このOFTとCCによる市場調査について、調査に至った背景と、指摘されている論点および業界の関係団体からの反応等について紹介する。

##### 2. OFTによる調査実施の背景と調査の概要

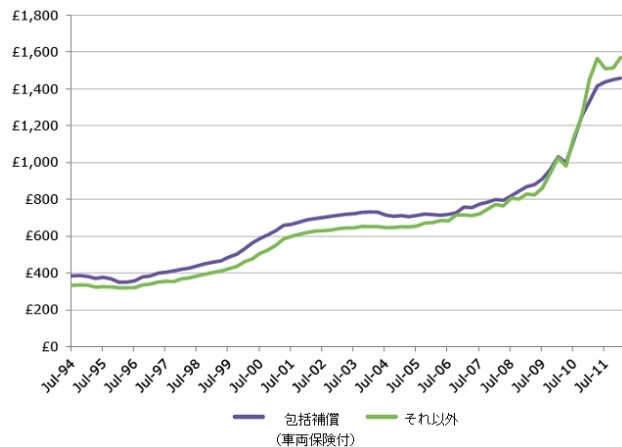
###### (1) 調査実施の背景

###### ①自動車保険料の上昇が社会問題化

イギリスの個人自動車保険市場は、ここ数年、保険料の大幅な上昇が見られ、人々の生活を直撃する重大な問題として社会的にも高い関心を集めてきた。《図表 21》は、1994年から2011年の自動車保険料の推移を示したグラフであるが、2009年から2011年にかけて特に顕著な保険料の上昇が見て取れる。

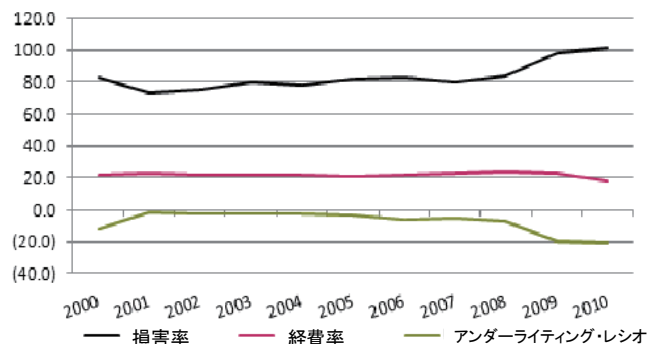
TOWERS WATSON 社と大手保険料比較サイト Confused.com の調査によれば、2011年7月には、17歳～20歳の独身男性で平均4,000ポンド超（約55万円）、同年代の女性で2,000ポンド超まで保険料が上昇したとされている<sup>79</sup>。2011年後半以降に入り、上昇傾向には歯止めがかかっているが、2013年1月にロンドンで取材を行った現地ブローカーの話によると、自動車保険料は高止まりしており、依然として低下傾向に転じるには至っていないとのことである。

《図表 21》自動車保険の平均保険料の推移



(出典) Mintel, “Motor Insurance - UK 2012”.

《図表 22》損害率・経費率・アンダーライティング・レシオの推移



(出典) ABI, “OFT call for evidence on private motor insurance - response of ABI -”.

<sup>78</sup> Office Of Fair Trading Press releases, “OFT provisionally decides to refer private motor insurance market to Competition Commission”, May.31, 2012.

<sup>79</sup> Mintel, “Motor Insurance-UK 2012”, Mar. 2012, p.19, Confused.com Press release, “Cheapest cars to insure for 17-20 year olds revealed by Confused.com”, Sep.21, 2011.

## ②長期間にわたる保険会社の収益性悪化

イギリス保険協会（Association of British Insurers、以下「ABI」という。）によれば、イギリスの個人自動車保険市場は、93の保険会社が存在し、世界で最も競争が激しい市場の1つと言われている<sup>80</sup>。《図表22》は、個人自動車保険の損害率、経費率、アンダーライティング・レシオの推移を示したグラフであるが、グラフに示された2000年以前を含め、保険業界は16年間にわたり引受利益が出ていない<sup>81</sup>。2010年には、引受損失が18億ポンド（約2,500億円）に達しており、厳しい状況に陥っている。保険会社の収益性を悪化させている要因としては、《図表23》にまとめたような点が指摘されており、業界を挙げた様々な対策が進んでいる<sup>82</sup>。

《図表23》自動車保険料上昇の主な原因と業界の対策

	指摘される原因	業界・政府による対策	備考
①	対人賠償請求訴訟 (personal injury claims)の増加	2013年4月から、訴訟増加の原因と指摘された紹介料受取りを禁止する法律が発効	紹介料の相場は800ポンド程度と言われている
②	保険詐欺 (insurance fraud)の増加	業界横断の詐欺対策組織IFB (Insurance Fraud Bureau)を設置して、虚偽申告者の情報を業界で登録、共有	保険加入時の虚偽申告による保険申込や、むちうち請求が増加している
③	無保険自動車の増加	無保険自動車を厳しく取り締まることができる、新しい制度を2011年6月より開始	無保険自動車の割合はイギリス全国平均で約4%、ロンドン市内においては約10%にのぼっている
④	若年運転者による事故の増加	ABIによる若年層の免許取得直後の運転制限 (夜間運転禁止、搭乗制限など) を呼びかけるキャンペーン実施 (政府にも提言を行っている)	若年層 (特に男性) の事故率は高く、保険料上昇率は2010年に17~22歳で約60%を記録
⑤	対物賠償請求における競争制限によるコスト増	今回のOFTおよびCCIによる調査結果によっては、法令や規制改正の提案、自主規制団体へのルール変更勧告などを含めた施策がとられる可能性がある	対物賠償事故の事故処理および修理過程における競争制限によるコスト増が、年間2.25億ポンド (約320億円) ほど生じているとされる

(出典) 各種資料より損保ジャパン総合研究所作成。

## (2) OFTによる調査の概要

こうした状況を受け、OFTは2011年9月より3ヶ月間、各関係団体からのデータ収集およびヒアリング等を通じて個人自動車保険料の高騰に係る根拠を集め、12月には市場調査に着手した。なお、当市場調査は、2002年企業法 (イギリスの競争法を構成する法律の1つ) 第5条に基づく権限により実施されたものであり、特定の反競争的協定や支配的地位の濫用の取締りではなく、当該市場において競争が効率的に機能しているか分析することにより、「市場の失敗」を特定し対処することを目的として実施されたものである<sup>83</sup>。

当市場調査の報告書は2012年5月に公表された。保険料高騰の要因については、上記《図表23》に

<sup>80</sup> ABI, "Competition Commission's Private Motor insurance market investigation - Statement of issues Response of the Association of British Insurers", Jan.2013, p.1.

<sup>81</sup> ABI, "OFT call for evidence on private motor insurance Response of ABI", p.5.

<sup>82</sup> 業界の取り組み詳細については、損保ジャパン総研 Global Insurance Topics 第1号「イギリスにおける自動車保険料上昇の動向」(2012年6月)を参照のこと。

<sup>83</sup> OFT, "Report on the market study and proposed decision to make a market investigation reference", May.2012, p.11.

挙げた①「対人賠償請求訴訟 (personal injury claims) の増加」が最大の要因であると分析されているが、①については、既に司法省による取り組みがなされており、対人賠償請求訴訟の増加につながっているとされた紹介料 (referral fee) 受け取りの慣行<sup>84</sup>を禁止する法律が、2013年4月より発効する見込みとなっている<sup>85</sup>。また、②～④の上昇要因についても、上記図表に示したとおり、保険業界を挙げた継続的な取り組みが進んでおり、一定の成果も出始めている。

OFT が報告書で問題を指摘しているのは、《図表 23》の⑤に掲げた「対物賠償事故の事故処理プロセスにおける競争制限的要素」についてであり、自動車事故後の修理および代車供給のプロセスに焦点が当てられている<sup>86</sup>。

### (3) 付託を受けた CC の論点報告書の概要 –CC が提示した 5 つの論点–

事故処理プロセスにおける競争制限的要素の存在を確認するため、OFT は 2012 年 9 月、CC にさらなる詳細な調査を付託した。CC は、OFT の見解および OFT が集めた情報、CC が独自で関係者や規制当局等からヒアリングした内容に基づいて論点を整理し、2012 年 12 月に“*Statement of issues*” (以下「論点報告書」という。) として、《図表 24》に掲げた 5 つの論点を今後の調査の方針として公表してい

《図表 24》CC が提示した 5 つの論点

	Theories of harm	主な指摘内容
論点(1)	<b>支払責任と管理権限の分離 (モラルハザード)</b> harm arising from the separation of cost liability and cost control (moral hazard).	・対物賠償事故の事故処理プロセスにおける加害者側保険会社のコストコントロール力の欠如により、上乘せ請求などによる請求額の増加、ひいては契約者の保険料負担増が生じている
論点(2)	<b>契約者と事故後サービス提供者間の情報の非対称性</b> harm arising from the beneficiary of post-accident services being different from and possibly less well informed than the procurer of those services.	・契約者は自身の権利を知らされず、事故後サービスの提供者側には契約者のベストを考えて行動しにくいインセンティブが働いている ・サービス受注のために、サービス競争ではなく、紹介料競争が行われるなど、契約者が得られるはずサービス水準が提供されていない
論点(3)	<b>水平的協調関係 – 競争者間の協調 – (市場集中)</b> harm due to horizontal effects (market concentration).	・市場のセグメント化によって、一定のセグメントにおいて保険会社の少数寡占が見られ、参入抑制が生じていないか懸念される ・アグリゲーターの数の少なさが、アグリゲーター利用料を高止まりさせていないか懸念される
論点(4)	<b>競争減殺的戦略</b> harm arising from providers' strategies to soften competition.	・保険会社が多様なブランドを用いて細部が異なる様々なタイプの商品を提供し契約者が商品と比較検証するコストを増やしていること、自動継続を行っていること、抱き合わせ商品・サービスの複雑さ、保険料の分割表示の分かりにくさ等が、スイッチングを困難にし競争減殺につながっていないか懸念される
論点(5)	<b>垂直的協調関係 – 非競争者間の協調 –</b> harm arising from vertical relationships (vertical integration).	・保険会社とブローカーによるアグリゲーターの所有、保険会社と修理業者間の提携ネットワーク、アグリゲーターが課す保険会社への価格制約協定等によって、競争制限が生じていないか懸念される

(出典) Competition Commission, “*Statement of issues*”より 損保ジャパン総合研究所作成。

<sup>84</sup> 紹介料受け取りの慣行の詳細については、前脚注 82 の損保ジャパン総研 Global Insurance Topics 第 1 号「イギリスにおける自動車保険料上昇の動向」を参照のこと。

<sup>85</sup> Ministry of Justice, “*Approach and enforcement of the referral fee ban*”, Nov.19,2012. 但し、紹介料受け取りの禁止のみでは、対人賠償請求件数の増加およびそれにかかる高額な訴訟費用の増加を食い止める効果は薄いと見られており、訴訟制度自体の改正 (訴訟費用の上限設定等) を含めた更なる対策が必要だという見方が強い。

<sup>86</sup> 前脚注 83、p.13。

る。OFT が指摘した事故処理プロセスにおける問題点のみに留まらず、CC として消費者の利益保護の観点から事故処理プロセス以外の分野についても、競争制限的な要素が存在していないか広く分析するという調査方針が示された。

#### (4) 本章で取り上げる調査内容

本章では、論点報告書で指摘されている数多くの指摘内容から、OFT の調査における主要な指摘事項でもあった対物賠償事故の事故プロセスにおける競争制限的要素と、CC により追加された指摘事項の中から、イギリスの個人自動車保険の販売チャネルとして大きな影響力を持つ保険料比較サイト（イギリスでの呼称はアグリゲーター。以下「アグリゲーター」という。）に関連する競争制限的要素を取り上げて紹介する。

事故処理プロセスにおける指摘事項は、《図表 24》に示した 5 つの論点のうち、主に論点(1)「保険金の支払責任と管理権限の分離（モラルハザード）」と論点(2)「事故後のサービスにおける情報の非対称性」に関連しており、アグリゲーターにおける競争制限的要素は、論点(5)「垂直的協調関係（非競争者間の協調）」に関連している。以下、OFT の報告書および CC の論点報告書において指摘された問題点につき、その具体的な内容と業界の関係団体の反応等について、現地での取材内容も含めながら紹介していく。

### 3. 対物賠償事故の事故処理および修理過程における競争制限的要素

OFT の報告書では、事故処理プロセスにおける効果的に機能していない競争が原因で、自動車保険契約者にとって年間 2.25 億ポンド（約 320 億円）の保険料増が生じていると分析されている<sup>87</sup>。そして、このコスト増を生じさせている要因は、対物賠償事故において、加害者側保険会社が、被害者の利用する修理費用、代車費用等の抑制についてコントロールする手段を持たない点にあると指摘している。

#### (1) 事故処理の流れと各当事者の関係

《図表 25》は、CC が整理した、対物賠償事故における事故処理の典型的な流れを示したものである。CC は、こうした事故処理の流れの中で、被害者側保険会社、ブローカー、修理業者、クレジットハイヤー業者らが、加害者側保険会社が請求費用をコントロールする手段を持たないことに乗じて、業者斡旋の手数料、紹介料の受取り、費用の上乗せなどで保険金請求額を膨らませており、その結果、加害者側保険会社のコスト、ひいては契約者の保険料負担増につながっている点を問題視している。OFT の幹部は、「保険会社は、ライバル保険会社の費用負担を増大させることや、自社の得る収入を増やすことによって競争力を持つことに注力しており、この市場における競争は、ドライバーにとって望ましく機能していない」と述べており、「提供するサービスの質と価値で競い合うことから気がそれているため、より効率性を追求しようという保険会社のインセンティブが減少してしまっている」とコメントしている。

<sup>87</sup> イギリスの個人自動車保険料は 94 億ポンド（約 1 兆 3,200 億円）。OFT によると、無過失の対物事故において、修理や代車に係る費用は 14 億ポンド（約 2,000 億円）と推定される。この 14 億ポンドのうち 2.25 億ポンド（約 320 億円）が不要なコストであると分析されている。前脚注 83、p.5、8。



なお、《図表 25》のサービスプロバイダーのボックスに示されている「クレジットハイヤー」とは、保険会社が契約者に保険金を支払う前に、主に自動車保険において、被害者に代車の提供を行って費用を立て替え、後日被害者の代理人として保険会社に保険金回収などを行う事業者である<sup>88</sup>。イギリスでは従来、事故が起きた際、加害者側保険会社による被害者への対応が遅く、被害者救済に時間がかかっていたことから、事故処理を円滑に進める仲介者として契約者と保険会社との間に立ち、代車手配などを請負うクレジットハイヤーのような事業者が出現したと言われている<sup>89</sup>。

被害者側の保険会社としても、自社の契約者に迅速な救済を提供するために、加害者側保険会社に先行して代車手配や修理斡旋など事故処理を進めてくれるこうした事業者と業務委託を結んだり、被害者に紹介するようになり、クレジットハイヤー事業が定着してきた。現在では、クレジットハイヤー協会（Credit Hire Organisation、以下「CHO」という。）という業界団体も設置され、イギリス保険協会との間でクレジットハイヤー料率の上限などの協定を含む、業務に関する覚書（General Terms of Agreement、以下「GTA」という。）を取り交わした上で事業を展開している<sup>90</sup>。

## （2）問題視される業界慣行の具体例

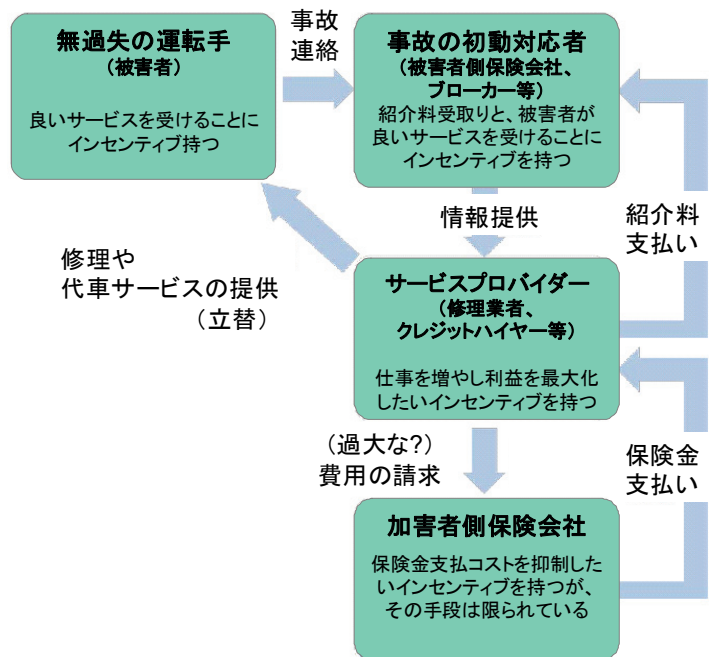
報告書で問題視されている業界慣行を、具体的に整理すると以下のとおりである。

### ①代車費用

次のような慣行が、1件当たり平均 560 ポンド（約 78,000 円）以上保険金請求額を増やしている。

- (a)多くの被害者側保険会社やブローカーは、被害者に代車費用が高いクレジットハイヤー業者を紹介して、紹介料（250～400 ポンド）をもらっている。
- (b)被害者は、(クレジットハイヤー業者が保険会社の認定を待たずに希望の車を提供してくれるため)代車を必要以上に長期間使用し、結果として加害者側保険会社への請求額を増やしている。

《図表 25》対物事故における事故処理の典型的な流れ



(出典) Competition Commission, “Statement of issues”より  
損保ジャパン総合研究所訳出および編集。

<sup>88</sup> Credit Hire.com, “What is Credit Hire?”(visited Feb.18,2013) <<http://credithire.com/what-is-credit-hire/>>.

<sup>89</sup> 2013年1月に実施したABIへのインタビューによる。

<sup>90</sup> Credit Hire Organisation HP (visited Feb.18,2013) <<http://www.thecho.co.uk/about/the-industry/>>、GTAは1999年9月より導入されている。



## ②修理費用

次のような慣行が、1件当たり平均155ポンド（約22,000円）以上保険金請求額を増やしている。

- (a)被害者側保険会社の中には、修理業者、塗装業者、部品業者から手数料や紹介料を受け取っているところがあり、それが結局は加害者側保険会社への請求額に上乗せされている。
- (b)被害者側保険会社の中には、提携する修理業者が自社契約者の被害自動車を修理する際、通常より高い費用で請求して良いと合意をしている場合があり、加害者側保険会社への請求額を増加させている。

こうした慣行は、まさに、被害者やサービスプロバイダーに事故処理費用を最小化しようという動機が生まれにくい、という当事者のインセンティブ構造により、「モラルハザード」が起きたために発生したものと見ることができる。また、クレジットハイヤーや修理業者らは、自社の仕事を増やすため、案件を紹介してくれる被害者側保険会社やブローカー、クレーム・マネジメント会社（訴訟を含め被害者の事故処理全般の管理サービスを行う事業者）等に紹介料を払い、サービスの質や価格ではなく、紹介料の高さで受注を競うという、「競争」自体にも歪みが生じる事態となっている<sup>91</sup>。

## (3) 業界の関係団体からの反応

この論点について、ABIをはじめとする各関係団体は、前述のクレジットハイヤー業界を除いて、概ね好意的な反応を見せている。

### ①保険会社によるコストコントロール強化を期待する保険業界

ABIは、「自動車保険市場は15年以上、引受利益を挙げることができていない。今回の調査によって、ドライバーや保険会社を直撃している紹介料や膨張するクレジットハイヤー業者への支払いなど、不要なコストを浮き彫りにして締め出さなくてはならない」と、調査を支持する姿勢を表明した<sup>92</sup>。また、支払責任と管理権限の分離（モラルハザード）という論点(1)は、今回CCが示した5つの論点の中で最も重要な点であり、保険会社のアンダーライティングにも悪影響を及ぼしているとし、この論点を調査の主な焦点とすることを望むとしている<sup>93</sup>。調査後の規制強化の可能性についても、当局の介入によりクレジットハイヤーのコストが下がり保険会社のコストコントロール強化に結びつく規制であれば、保険業界としては歓迎したいと話している<sup>94</sup>。

大手保険会社のLiverpool Victoria社も「CCが報告書でクレジットハイヤーや紹介料の問題に注目したことについて驚きはない。我々はこうしたコストが押し上げられてきたのを長年にわたって見てきた。変えるべき時が来たのだ」と調査を歓迎するコメントを保険専門誌に寄せており、保険会社の多くも調査に積極的に協力する立場をとっている<sup>95</sup>。

<sup>91</sup> Competition Commission, "Statement of issues", Dec.12, 2012, p.7,11.

<sup>92</sup> POST, "Factor in reforms, motor insurers urge Competition Commission", Oct.2,2012.

<sup>93</sup> 前脚注80、pp.1-3.

<sup>94</sup> 前脚注89。

<sup>95</sup> 前脚注92。

## ②保険会社の権限強化を懸念するクレジットハイヤー協会

一方、今回の調査のメインターゲットになると予測されるクレジットハイヤー業界は、多くの反論を提出している。CHOは、「我々の業界は、ABIとの間で10年以上にわたってGTAを交わしており、加害者側保険会社は、この覚書に基づいて代車費用等にも適正なレベルでコントロールを及ぼす手段を持っている。CCには、こうした業界間の覚書が持つ意義を精査し、コスト効率的なメカニズムがつけられている点をしっかり認識して欲しい」と訴えている<sup>96</sup>。また、保険会社のコストコントロール強化については、「保険会社の管理権限が強化されると、契約者はコスト削減のために、より安い車をより短い期間提供する保険会社のサービスしか選択できなくなる。それでは、保険会社が得をするだけで多くの契約者はそれに対抗する術をもてなくなる」とコメントしている<sup>97</sup>。

### (4) 現状のコスト抑制手段

現状用いられているコスト抑制手段として、(a)GTAによる保険業界とのクレジットハイヤー料金水準の協定(上限設定)や、(b)加害者側保険会社と被害者側保険会社間で互いにコスト削減できるような請求手続を約する2者間協定(bilateral agreements)などが報告書上で取り上げられている。

しかし、(a)については、大手保険会社RSA社が自社へ請求された案件を集計した結果、GTAを結んでいるクレジットハイヤー事業者の請求額は、RSA社自身が手配した場合の平均費用と比較すると、約2.6倍となっており<sup>98</sup>、コスト抑制への効果は疑問視されている。また、GTAにおける協定額の水準は年々引き上げられてきている。ABIによると、前述した保険会社等への紹介料支払いの慣行が、保険会社側にも協定水準の値上げを容認させる要因になっていると指摘されている<sup>99</sup>。

(b)についても、CCは、契約者がこうした保険会社同士の協定の存在を知らないことは、情報の非対称性の拡大につながり、保険会社から得られたはずの、あるいは選択できたはずのサービスより提供されるサービスの質が低下するリスクを懸念しており、《図表24》論点(2)の情報の非対称性の観点からも問題を孕み、望ましいコスト抑制手段とは見ていない<sup>100</sup>。

### (5) 今後考えられる解決策

報告書では、今後の解決策について、OFTは保険業界と議論を重ねてきているものの、現時点ではまだ時期尚早でこれから詳細な調査と効果検証が必要としているが、次のような案に言及している<sup>101</sup>。

#### ①紹介料受取りの禁止

《図表23》で保険料高騰の最大原因である対人賠償請求訴訟増加の抑制策として、2013年4月より紹介料受取り禁止を定めた法律が施行されること紹介したが、この法律は対人賠償事故に係る紹介料の

<sup>96</sup> FOIL, "OFT refers private motor insurance to the Competition Commission", Sep.2012, POST, "CHO welcomes Competition Commission's consumer harm focus", Dec.12,2012.

<sup>97</sup> CHO, "The Supply of Private Insurance and Ancillary Goods and Services", Oct. 2012.

<sup>98</sup> RSA, "Response to Issues Statement", Jan.2013, pp.24-26.

<sup>99</sup> ABI, "OFT call for evidence on private motor insurance - response of ABI - ", p.42.

<sup>100</sup> 前脚注91、p.9.

<sup>101</sup> 前脚注83、pp.54-60.

みが禁止の対象となっている。対物事故に係る場合は適用外となっているため、対物事故においても同様に紹介料の受取りを禁じ、被害者側保険会社やブローカーからクレジットハイヤーや修理業者へ紹介するインセンティブを取り除くことを提案している。

## ②代車・修理費用の管理（GTAの改善、料金表の使用、独立機関によるモニタリング・料金設定）

代車・修理費用の管理強化として、現在のGTAの見直し、修理費用について契約者と事前に合意しておくという“tariff model”（料金表の使用）、独立した監視機関による料金のモニタリングや料金設定スキームの導入も取り上げられている。ただし、同時に、料金表の使用義務については、コスト削減にはつながっても競争減殺が懸念されること、モニタリングについては、別途モニタリングコストが増えってしまうという問題点も触れられている。

## ③加害者側保険会社が最初に被害者へコンタクトできるスキームの導入

費用を支払う加害者側保険会社が、自社のネットワークを利用して被害者へ最初にコンタクトできる機会を持てるようなスキームも検討されている。ただし、加害者側保険会社は競合相手の契約者である被害者に高品質のサービスを提供するインセンティブに欠けるため、サービスの品質を監督する規制機関には、より多くの責任が課されることになるだろうとしている。

## ④First Party Insurance Modelの導入

さらに他の解決案として、保険会社が事故の有無責に関わらず、自社の契約者の被害額を填補するという“First Party Insurance Model”の導入が挙げられている。この保険制度の下では、加害者側保険会社は被害者側保険会社から請求されず、被害者側保険会社が自社契約者の代車・修理費用の支払い義務を負うので、コスト削減のインセンティブが働くと同時に、自社の契約者には高品質なサービスを提供しようというインセンティブも働くため、案③の難点をも解消することができるとしている。

イギリスでは、実際にこうしたモデルが1990年代半ばまで存在していた。ノックフォーノック協定と呼ばれ、保険会社間の協定によって、保険会社間で保険金の求償がなされない事故処理方法が普及していた（当協定の詳細は下記《BOX》を参照のこと）。しかし、90年代に入り、ダイレクト保険会社など新たに参入した保険会社が、リスクをセグメント化して低リスクの契約者のみ引受けるビジネスモデルをとり、協定への参加を拒否したことから、協定は互恵的な効果を維持することができなくなり次第に参加会社が減少していったという経緯がある<sup>102</sup>。

ノックフォーノック協定に回帰するようなFirst Party Model案について、ABIは、このモデルだとクレジットハイヤー等の第三者機関を不要とすることはできるが、保険料率の設定方法がこれまでのリスクベースの算出方法とは大きく変わってしまうため、業界各社で話し合わねばならない問題が多い案であると話している<sup>103</sup>。イギリス保険ブローカー協会（British Insurance Brokers' Association、以下

<sup>102</sup> Insurance Age, “Life’s little knock-for-knocks”, Mar.1,2012, Kluwer's Insurance Buyer's Guide (visited Feb.3.2013) <<http://www.kluwers-insurance-guide.co.uk/guidance/motor/the-motor-insurance-market-legislation-general-principles/market-agreements>>

<sup>103</sup> 前脚注89。

「BIBA」という。)も First Party Model には疑問を呈しており、プライシングモデル変更に伴う保険会社のコスト増による影響など、予期せぬ結果が生じることを懸念している<sup>104</sup>。

《BOX》ノックフォーノック協定(knock for knock agreement)

ノックフォーノック協定は、1938年に導入された自動車保険の支払および求償に関する保険会社間の協定である。車両事故が起きた際(1対1の事故に限る)、各保険会社が自社契約者の過失割合にかかわらず、自社の車両保険で支払い、互いに求償も行わないことを約した協定である。個別の事故ごとにみると、過失割合が考慮されないため保険会社間の負担に不均衡が生じるが、長期的に見れば、負担は平準化されるという考えに基づいており、事故調査や求償にかかる時間と費用を節約でき、損害調査費削減の効果があるとされていた<sup>105</sup>。

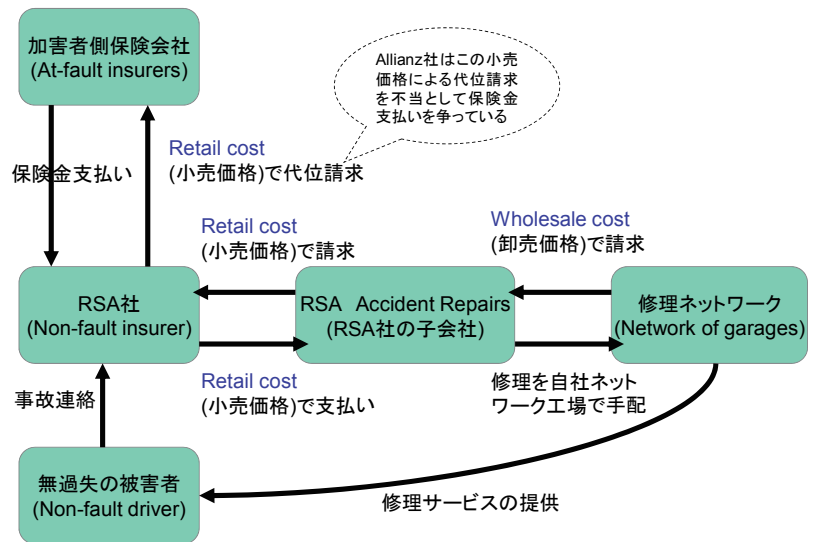
(6) RSA社 対 Allianz社の争い

CCによる市場調査と時期を同じくして、大手保険会社のRSA社とAllianz社が、事故処理時に、被害者側保険会社であるRSA社が提携修理工場のネットワークを管理しているRSA Accident Repairs社(以下「RSAAR」という。)を利用し、その費用を代位して加害者側保険会社のAllianz社に請求するというビジネスモデルの適法性を巡って法廷で争っている<sup>106</sup>。当該訴訟の争点が、まさにOFTの報告書で問題視された慣行の1つ(前出3(2)②(b))に重なるため、その判決は注目を集めており、合わせてここで簡単に紹介しておきたい。

①RSAAR社を用いたビジネスモデル

RSAAR社を用いた代位請求のモデルは《図表26》のとおりである。RSAAR社は提携する修理工場ネットワークに属する修理業者へ卸売価格(wholesale cost)で修理を依頼し、RSAAR社はRSA社へ小売価格(retail cost)で費用を請求する。RSA社は小売価格でRSAAR社へ支払いを行い、加害者側保険会社へその額を代位請求する。取材したRSA社によると、こうした卸売と小売の関係を用いたビジネスモデルは、

《図表26》RSA Accident Repairs社を用いたビジネスモデル



(出典) RSA社取材資料より損保ジャパン総合研究所作成。

<sup>104</sup> BIBA&IIB, “BIBA response to the Competition Commission’s Private Motor insurance Market investigation”, Oct.15, 2012.

<sup>105</sup> 前脚注102。

<sup>106</sup> POST, “RSA legal action suspended as court rules in insurer’s favor over motor costs”, Jun.19,2012.

なお、当訴訟はAllianz社の他、Covéa(旧 Provient)社も原告となっている。

大手保険会社のスケールメリットを活かして創出したマージンであり、企業にとっての収入を生み出す機会になっているとともに、この収益を用いて保険料における価格競争力も向上させることができるとしている<sup>107</sup>。

## ②訴訟の争点と判決

訴訟を提起した Allianz 社は、RSA 社の提携修理業者の請求権を代位した修理費請求モデルでは、請求額が不当に上積みされており、加害者側保険会社である自社のコストが（同社推定値で平均 25%）増加していると主張し、RSA 社から修理費用が請求された 13 件について適法性を争った。RSA 社のビジネスモデルについては、Allianz 社の他にも業界の 75%にあたる保険会社が対立姿勢を表明したとされている<sup>108</sup>。

これに対し、高等法院は 2012 年 6 月、RSA 社が代位請求した修理費用は、RSA 社が用意した修理業者を利用したものだとしても、市場水準と比べて不当に高額なものではなく、RSA 社の代位請求モデルに違法性はないとして、Allianz 社に対し、訴訟対象となった 13 件合計 25 万ポンドの支払命令を含む RSA 社勝訴の判決を下した<sup>109</sup>。敗訴した Allianz 社は、本判決を不服として 10 月末に控訴を提起しており、控訴が受理されるかの決定は近々示される予定である。

一方、勝訴した RSA 社側では、判決を受け、大手保険会社の Co-operative 社、Groupama 社などとの間で、自社の代位請求モデルを利用した際の請求プロセスについて、処理の迅速化と不要コストを省くため互いに卸売価格で請求を行う 2 者間協定を結んでおり、判決が覆った場合も自社モデルにて処理を進められるよう足場を固める動きを見せている<sup>110</sup>。なお、RSA 社の話によると、こうした 2 者間協定は、RSA 社のビジネスモデルに追随できる規模の保険会社との間でできるだけ多く結んでいきたいと考えており、一方、追随できる価格交渉力を持たない会社とは、これまでどおり RSAAR 社によって中間マージンを創出するビジネスモデルを維持し、収益を生み出していく方針とのことである<sup>111</sup>。

## ③今後の見込み

今後、Allianz 社の控訴が受理された場合、早ければ 2013 年 7 月から再び審問が開かれ、本件を巡る争いは継続されることとなる。また、Allianz 社は、2013 年 1 月に CC に提出した意見書の中でも、提出書面の大半を割いて RSA 社タイプのビジネスモデルがいかにかコスト増につながっているかを主張している<sup>112</sup>。

Allianz 社の控訴が受理された場合、司法の場での争いに並行して、CC の調査でも同じ論点が議論されることとなり、両者の動向には益々注目が集まるものと思われる。

<sup>107</sup> 2013 年 1 月に実施した RSA 社へのインタビューおよび提供資料による。

<sup>108</sup> 同上。

<sup>109</sup> POST, "RSA victory prompts rival rethink on repair strategy", Oct.9,2012.

<sup>110</sup> POST, "Subrogated motor repair costs in the firing line for RSA and Groupama", Oct.3,2012. ただし、協定を締結した Co-operative 社も、CC に 1 月に提出した意見書の中では、RSA 社の代位請求モデルが保険料高騰につながると批判しており CC の介入を求める姿勢を表明している。POST, "CIS calls for CC action on subrogated claims model", Feb.19,2013.

<sup>111</sup> 前脚注 107。

<sup>112</sup> Allianz, "Allianz Response to Statement of issues", Jan.09,2013.

#### 4. アグリゲーターにおける競争制限的要素

続いて、アグリゲーターにおける競争制限的要素について紹介する。この指摘は、主として CC が提示した論点の 5 つ目「垂直的協調関係（非競争者間の協調）」に関わっている。垂直的協調関係に関する調査とは、非競争者間での協調により市場における競争制限や参入抑制などが起こっていないかを調査するものであり、具体的には、保険会社とブローカーによるアグリゲーターの所有関係、アグリゲーターが課す保険会社への価格制約協定等が調査の観点として挙げられている。本章では、この 2 つの指摘内容について紹介する。




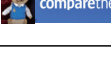
##### (1) 保険会社とブローカーによるアグリゲーターの所有

イギリスの個人自動車保険市場は、ダイレクト販売が浸透しており（2011 年のダイレクト販売のシェアは 47%）、アグリゲーターの普及も進んでいる。2002 年に最初のアグリゲーターが登場して以降、年々その利用者が拡大しており、現在では保険契約者の約 7 割が保険見積り時にアクセスすると言われるほど、保険契約に欠かせないツールとなっている<sup>113</sup>。

《図表 27》は、価格比較サイト業界においてマーケットシェアが大きい“BIG 4”と呼ばれる 4 社を示したもののだが、4 社中 3 社において、保険会社あるいはブローカーによる所有または出資が確認できる。中でも、Confused.com は、保険会社の Admiral 社が 2002 年に立ち上げたイギリス初のアグリゲーターであり、同社の新規契約の 80% は比較サイト経由であると言われるほど、同社において比較サイト事業と保険事業は密接に結びついている。同社はまた、100 社を超える保険会社およびブローカーの商品を掲載することで、約 8,000 万ポンド（約 110 億円）の収入も得ている<sup>114</sup>。

CC は、こうしたアグリゲーターを所有する保険会社・ブローカーについて、サイト上で競合他社の見積り情報にアクセスできることにより、他社のリスクモデルやプライシングモデルを知ることができる結果、自社のプライシングに優位性を持たせることが可能なこと、また、他社よりわずかに安い価格を設定することでランキング上位に自社を持ってくる等、（消費者の購買行動に影響の大きい）ランキング表示を操作しうる危険性を指摘している<sup>115</sup>。

《図表 27》 比較サイト大手 4 社の概要

比較サイト名	シェア	ユニークユーザー(月)	運営母体	取扱いサービス
 Confused.com	12%	91万人	保険会社Admiral社のグループ子会社	・金融 (カード、ローン、銀行口座)
 MoneySupermarket.com	35%	280万人	独立系 MoneySupermarket.com Group	・保険 (損保、生保) ・旅行 (ホテル、航空券、レンタカー)
 gocompare.com Saving the nation	16%	120万人	保険会社sureが株式の49%を保有	・生活全般 (光熱、モバイル、買物) ・法人分野 (保険、光熱、ネット)
 comparethemarket.com THE EASIER WAY TO SHOP	14%	130万人	ブローカーBGLグループの子会社	

(出典) 各社 HP および Mintel, “Web Aggregators in Financial Services UK 2012”より損保ジャパン総合研究所作成。

<sup>113</sup> Mintel, “Motor Insurance - UK 2012”, Mar.2012.p.93.

<sup>114</sup> Admiral Group plc, “Annual Report 2011”, 2012, p.3.

<sup>115</sup> 前脚注 91。ただし、プライシング上の優位性獲得については、保険会社間の競争には影響が出るものの、契約者への悪影響を特定することは難しいとして、CC は調査を見送る意向を示している。



## (2) Most Favoured Nation 条項

また、アグリゲーターが保険会社と締結している“Most Favoured Nation clauses”（最恵国待遇条項。以下「MFN 条項」という。）についても、競争制限の危険性について言及されている。MFN 条項とは、アグリゲーターに商品を提供する保険会社は、自社のサイトでダイレクト販売する場合に、アグリゲーターに提示する保険料より安く販売してはならないとする保険会社への制約条項である。さらに制約範囲を広げて、他のアグリゲーターでの提示金額とも差を設けてはならないという制約を課される場合もあるという。なお、報告書では、この条項により両者間での競争が制限される点が懸念されることは認めつつも、制約の範囲がダイレクト販売のみであり、ブローカー等オフラインのチャンネルとの競争は可能なことから、CC としてはこの点についての調査は見送る意向を示している。しかし、次の(3)②で紹介するとおり、保険業界はこの制約条項による競争制限を問題視しており、多くの会社が調査の対象に含めるよう要請するなど波紋を呼んでいる。

## (3) 業界の関係団体からの反応

### ①アグリゲーター所有を通じた競争優位性

上記(1)で述べた保険会社・ブローカーによるアグリゲーター所有を通じた競争優位性の問題については、ABI や大手保険会社は、アグリゲーターを通じた他社プライシング情報の獲得など、CC が指摘するような競争優位性を実際に得ているかについては、現状では把握できていないとコメントしている。一方、唯一の独立系アグリゲーターである Moneysupermarket 社は、1月にCCに提出した意見書において、アグリゲーターを所有する保険会社は、他社のプライシングモデルを知り、見積りランキングを操作することもできるとし、具体例を示しながら保険会社間の競争に生じうる危険について主張している<sup>116</sup>。

### ②MFN 条項に対する調査要請

MFN 条項については、前述のとおり、本件の調査を見送るとする CC の意向に対して、多くの保険会社が反論を寄せており、詳細調査の実施が要請されている。保険専門誌 POST においても、消費者の知らないところでこうした業界内の協定が存在していたことが話題として取り上げられ、保険各社からのコメントが紹介されている。それによると、Ageas 社は提出した意見書において、BGL グループ所有のアグリゲーターcomparethemarket.com が MFN 条項の適用をダイレクト販売のみならずブローカーを含む全チャンネルへ拡大したことが報告されている。また、アドミラル社所有のアグリゲーター Confused.com も追随を検討しているとしており、CC が挙げる、「ダイレクト販売以外のチャンネルは MFN 条項の対象外のため他チャンネル間での競争は可能である」との考察が適切でないことを指摘している。さらに、ダイレクト販売はアグリゲーターよりコストが安く、潜在的な引受リスクもアグリゲーター経由に比べて低いため、もっと安い保険料で販売できるにもかかわらず、MFN 条項によってそれができないとも主張している。この点については、同じく Sabre 社の意見書でも、MFN 条項の制約に

<sup>116</sup> Moneysupermarket.com, “Response by MS to CC PMI statement of issues”, Jan.2013.

より、保険会社がチャネルによるリスク差をプライシング要素に取り入れることができなくなり、競争を歪めるとともに保険料増につながると指摘されている。その他、AXA 社、RSA 社、Co-operative 社、Swinton 社などの保険会社および ABI、BIBA も MFN 条項の弊害について同意しており、CC による詳細な調査の実施を要請している<sup>117</sup>。

他方、アグリゲーター側の意見として、Moneysupermarket 社は、保険各社が主張するような、ダイレクト販売の方がコストが安いという証拠も、アグリゲーター経由の契約者がダイレクト販売よりリスク特性が悪いという証拠も何ら存在していないと反論している。また、アグリゲーターで引受ける際の質問項目、審査基準は保険会社と一緒に作っているものであり、アグリゲーター経由で引受けるリスク特性を保険会社独自の料率体系に正確にマッピングできるよう保険各社と一緒に検証していると主張している。

消費者の視点から考えても、ダイレクト販売とアグリゲーターの見積り額が同額であることが保証されなければ、消費者は各社サイトも自身で比較検証する必要が生じ、検索コストが上がってしまうと訴えており、MFN 条項は、一箇所で全部調べられるというアグリゲーターのメリット、ビジネスモデル自体にとって根幹をなす必要不可欠な条項であると説明している<sup>118</sup>。

個人自動車保険の販売チャネルとして非常に高い認知度と消費者への強い影響力を持つアグリゲーターと保険業界のこうした争いは、今後のチャネル構造に影響を与えかねないものであり、CC の判断が注目される。調査の要否に関する CC の判断は、今年 5～6 月に発表されるワーキングペーパーで明らかにされる予定である。

## 5. おわりに

今回の市場調査による個人自動車保険市場への影響について、ABI は、次のような結果が期待できるとしている<sup>119</sup>。

- 自動車保険コストにおけるインフレ圧力が抑制される
- クレームおよびクレームコストに対する加害者側保険会社のコントロール力が強化される
- 契約者にとって、クレームがどう処理され自分がどれくらいのコストを負っているかが認識しやすくなる
- 保険会社の提供するサービスと品質の改善
- 商品差別化および契約者サービスへ保険会社が投資するインセンティブの継続

今後、こうした期待される効果が、3 (5) で紹介したクレームコスト抑制策としての **First Party Model** の導入や、4 (2) で取り上げたアグリゲーターの MFN 条項の取扱いなど、果たしてどのような施策によって実現されるのか注目される。CC が 2012 年 12 月に発表したスケジュールによると、2013 年 2～5 月にかけて、収集した情報の分析および追加情報の要請を行い、5～6 月にワーキングペーパーを発行、6～7 月に数団体へのヒアリングを実施、7 月 31 日に全ての提案、報告の提出を締め切り、9 月に

<sup>117</sup> POST, “*Insurers seek investigation into comparison site clauses*”, Feb.05, 2013、前脚注 80 および 104。

<sup>118</sup> 前脚注 116。

<sup>119</sup> 前脚注 80, ABI, “*Response of ABI to Competition Commission’s Private Motor insurance market investigation-Statement of issues*”, Jan.2013, p.1.

は、暫定調査報告書および解決策の公表を行うとともに、最終報告書発行までのスケジュール詳細が開示される予定である。なお、法定の最終報告書の公表期限は2014年9月27日となっており、暫定調査報告書の内容に応じて、追加ヒアリングを含めた更なる調査も実施するとされている<sup>120</sup>。

最後に、今回のCCの調査内容を見ると、イギリスのように保険事業の自由度が高く、激しい競争が行われている市場だとしても、必ずしも消費者の利益が実現するとは限らないことについて改めて考えさせられる。CCが投げかけている論点は、保険における「情報の非対称性」の高さゆえ、保険市場が「市場の失敗」に陥りやすい潜在的な可能性を有していることを指摘していると言えるだろう。一方で、規制が厳格であったとしても、市場は非効率となる可能性が高まる。今後、CCおよびOFTが、市場にどのような規制が必要と判断するかが注目される。なお、取材したRSA社は、解決策として法改正もあり得るが、法改正を待たず、市場自身が独自の解決策を打ち出すチャンスも未だ残されていると話しており、政府の介入を待たずに市場において当事者間で解決に向けた動きが出てくる可能性もある。本章で取り上げたテーマは、保険事業に対する規制のあり方、関連する当事者間の協調・競争関係など、市場の仕組みに対して多くの論点と示唆を含んでおり、今後もその動向には引き続き注視していきたい。

---

<sup>120</sup> Competition Commission, “*MARKET INVESTIGATION INTO PRIVATE MOTOR INSURANCE Administrative timetable*”, Dec. 2012.