

### 1. はじめに

2013年4月、イギリスにおいて1997年来の一元的金融監督機関であったFSA(Financial Service Authority)が解体され、FSAの権限は、金融機関の認可および安定性、健全性評価を行うPRA(Prudential Regulation Authority:健全性規制機構)と、消費者保護の観点から金融機関の業務行為規制を行うFCA(Financial Conduct Authority:金融行動監視機構)という2つの新たな組織に分割して引き継がれた。監督機関が2つに分かれたことによる権限の棲み分けや各機関の具体的な監督手法の不透明性については、設立当初、業界から懸念の声があがっていたが、監督ガイドラインやハンドブックの公表等、徐々に方針が明らかになってきている<sup>1)</sup>。

本稿では、4月にスタートしたイギリスの新たな監督体制の全体像を確認するとともに、注目されるトピックスとして、今回FCAに新たに付与された「競争促進」のための監督権限について紹介する。

### 2. 新たな金融監督体制の概要

まずはじめに、PRA、FCAを含む、イギリスの新たな金融監督体制の全体像について簡単に整理する。

#### (1) 金融監督体制変更の背景

2008年の米国サブプライムローン問題に端を発した金融危機は、イギリスにおいても銀行の取付け騒ぎ、政府救済などを引き起こし、それまでの金融機関監督体制への反省を促した。従来の財務省・イングランド銀行・FSAの3者による三元監督体制は、危機に対する責任の所在を不明確にしたとの評価から、監督権限をイングランド銀行へ一元化し、FSAを解体することが決定された。マクロプルーデンスの観点で金融システム全体の安定を図る役割を担う機関が存在していなかったとの反省から、イングランド銀行内に金融政策委員会を新設し、金融システムの安定を図る責任と権限がイングランド銀行に集中されることとなった。

#### (2) 新体制の枠組み

新監督体制の枠組みは《図表1》のとおりである。主な監督機関は以下の3つである<sup>2)</sup>。

■イングランド銀行内金融政策委員会(FPC):マクロプルーデンス規制を行い、金融システムの安定を図る責任と権限を一元化。PRAとFCAへの指示・勧告権限を持つ。

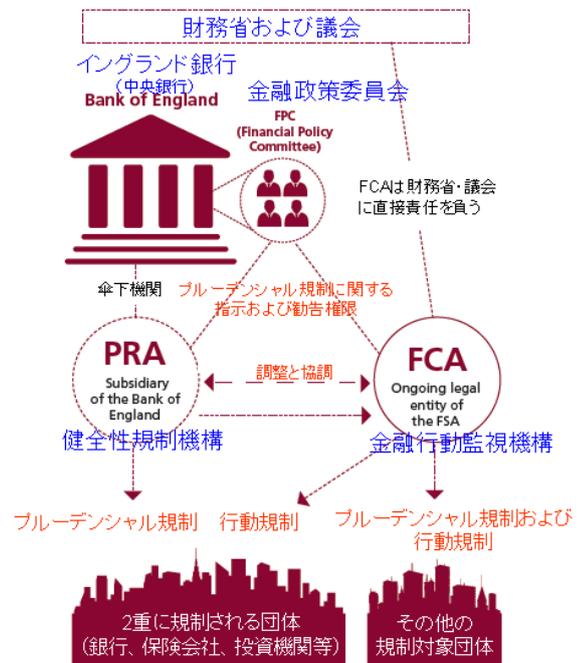
■PRA:ミクロプルーデンス規制を行い、個別金融機関の監督、規制、健全性評価を行う。イングランド銀行傘下の機関。

■FCA:金融に関する消費者保護、市場規制等、金融機関の業務行為の監督を行う。FSAの法的な後身組織。独立した機関。

### 3. FCAの新たな監督権限—競争の促進—

続いて、今回新たにFCAに付与された「競争促進」のための監督権限について見ていく。FCAの運営目的として、①消費者保護の確保、②金融システムの公正さの維持、③効率的な競争の促進の3つが掲げられている。①②は前身のFSAでも掲げられていたが、③「競争促進」に関する権限はFSAにはなく今回新たに付与されたものであり、市場の

《図表1》新たな金融監督体制の枠組み



(出典) FCA, “Business Plan 2013/14”より損保ジャパン総研訳出。

競争状況を調査し介入是正まで行うとする監督権限がどのように運用されるかに注目が集まっている。FCA 長官の Wheatley 氏は「競争促進に関する監督権限の付与は、当局の設置目的における最も重大な変化だ」とし、「競争は低コスト、低価格、イノベーション、よりよいデザインと品質、広い選択肢をもたらし、消費者の利益につながるとともに、最終的にはイギリスの経済成長につながる」として、競争促進の観点で監督を行うことの重要性を説明している<sup>3</sup>。

競争が機能しているか調査する手法としては、半年から1年にわたる市場調査(market studies)を主に使用しており、その際の評価視点は《図表 2》に示した項目が例示されている。市場調査の結果に対する措置としては、政策および規制の改正、法改正、ガイダンス作成、自主規制強化の勧告、個社への制裁等の強制執行が用意されている。なお、競争の観点からの調査という点で、競争法を管轄する公正取引庁および競争委員会と権限が重複することが考えられるが、この点については FCA 発足時の4月に公正取引庁との間で覚書が交わされており、FCA が競争促進の観点で関与する案件については、早期に公正取引庁へ照会して互いに調整、協力する体制が敷かれている<sup>4</sup>。

こうした FCA の動きに対し、イギリス保険協会は、FCA が競争促進の観点で具体的にどのような監督を行い、それが保険会社にどのような影響をもたらさうか不透明であることに懸念を示しており、FCA に情報開示を求めるとともに業界との話し合いの場を設けるなど、FCA の新たな権限の把握に努めている<sup>5</sup>。

#### 4. 市場調査第1弾の実施

FCA の新たな監督権限への関心が高まる中、競争促進の観点からの初の市場調査として「損害保険における付帯契約」に関する調査の実施が決定された。具体的には GAP 保険（自動車が盗難または全損となったときに自動車の時価と、顧客のリース会社やファイナンス会社に対する負債額との差額をカバーする保険）、home emergency 保険（ガス、水道、電気設備等が故障した時に修理代をカバーする保険）、旅行保険や傷害保険等の付帯契約が挙げられている。消費者が付帯契約購入時に、他の選択肢と比較検討できる状況にあるかどうか、付帯商品の販売者間の競争環境は競争制限的な要素（新規参入の制限等）がないかなどの観点から調査を行い、来年早々に結果を公表するとしている<sup>6</sup>。

#### 5. おわりに

イギリスの新たな金融監督体制がどう機能し、市場からどのような評価を受けるかは、今後の日本の金融監督体制を見ていく上でも1つの参考となるだろう。金融システムの安定性を監督するためのマクロプルーデンス規制という視点に加えて、市場の「競争促進」を通じた消費者保護の実現という新たな試みが、金融監督規制として具体的にどのような形を取っていくか、そして保険業界がどのような対応を求められ、いかなる影響を受けることとなるか、市場調査第1弾の結果とともに今後の FCA の動向に注目していきたい。

【研究員 鈴木 久子】

《図表 2》競争状態を評価する視点

	競争状態を評価する際の視点	具体例
1	供給者の市場支配力	ネットワーク効果や古参企業の戦略的行為・風評による市場参入、後発社の成長阻害
2	必要情報を取得する上で障害	消費者と供給者間で、互いについて必要な情報を得ることができないなど
3	消費者によるスイッチングの困難さ	商品切替の際のコストやリスクが引上げられており、消費者の商品選択、切替えが阻害されている
4	外部経済性による市場外のコストや便益の発生	商品価格に盛り込まれないコストや便益による消費および生産の過剰・過少
5	消費者および供給者の意思決定上の障害	行動経済学にいう様々な行動バイアスによって、非合理的な購入決定や供給判断がなされていないか
6	金融商品の理解不足による過少消費	消費者の意識・理解の不足による消費抑制、不適切な商品または反競争的な供給制限による消費抑制
7	既存の規制による競争制限的效果	現行規制による新規参入や後発社の成長阻害

(出典) FCA, “The FCA’s approach to advancing its objectives”より損保ジャパン総研作成。

---

<sup>1</sup> MoneyMarketing, “ABI calls for clarity on FCA competition remit”, May.30th, 2013.

<sup>2</sup> FCA, “Business Plan 2013/14”, Mar. 25<sup>th</sup>, 2013.

<sup>3</sup> Insurance Insight, “FCA puts competition at the heart of new regime”, Jul.24, 2013.

<sup>4</sup> OFT& FCA, “Memorandum of Understanding between the OFT and the FCA”, Apr.2nd,2013、なお、公正取引庁と競争委員会は 2014 年 4 月に統合され Competition and Markets Authority となる予定である。

<sup>5</sup> ABI, “Evolution or revolution – What will the FCA’s new competition remit mean for Insurers?”, (visited on Sep.17<sup>th</sup> ,2013.)

<<https://www.abi.org.uk/Events/2013/Evolution-or-revolution-What-will-the-FCAs-new-competition-remit-mean-for-insurers>>

<sup>6</sup> FCA news release, “FCA confirms market study into general insurance “add-ons””, Jul.9<sup>th</sup>, 2013.