

イギリスにおける保険販売規制

目 次

- | | |
|-----------------|----------------|
| I. はじめに | IV. 競争法上の権限の競合 |
| II. FCAによる販売規制 | V. おわりに |
| III. CMAによる販売規制 | |

副主任研究員 松野 篤

要 約

I. はじめに

2015年、イギリスの金融行動規制機構（FCA）および競争・市場局（CMA）は、それぞれ保険販売に関連した規制を公表した。両規制は今後イギリスの保険販売プロセスに影響を与えるものと思われる。本稿で紹介することとした。またFCAが2015年4月より競争法上CMAと競合する権限を有するようになったことを関連トピックスとして紹介する。

II. FCAによる販売規制

2016年4月にFCAハンドブックの改定が行われ、すべての金融商品に付帯する商品について、顧客が能動的に選択をしない限り、付帯販売は禁止される。

III. CMAによる販売規制

2016年8月以降、個人向け自動車保険において無事故割引プロテクト特約販売時に顧客への注意喚起が必要とされる。また、準拠状況について定期的にCMAへレポートを提出しなければならない。

IV. 競争法上の権限の競合

イギリスでは特定の分野においては2つ以上の規制者が競合して競争法上の権限を有している。FCAは2015年4月よりCMAと競合して競争法上の権限を有することとなった。

V. おわりに

規制により損害保険の販売プロセスは現在より煩雑となることが予想される。実際の適用状況、消費者の反応等、今後も機会があればイギリスの損害保険市場における規制の動向を紹介したい。

I. はじめに

2015年、イギリスの金融行動規制機構（Financial Conduct Authority、以下「FCA」という。）および競争・市場局（Competition and Markets Authority、以下「CMA」という。）は、それぞれ保険販売に関連した規制を公表した。いずれも2016年から適用される。両規制は今後イギリスの保険販売プロセスに影響を与えるものと思われ、本稿で紹介する。

後半では関連トピックスとして、FCAが2015年4月より競争法上CMAと競合する権限を有するようになったことを紹介する。イギリスではいくつかの分野でこのような競争法上の権限の競合が見られるが、わが国ではあまり馴染みがないと思われ、法的な背景を含めた概要を紹介する。なお、本稿ではconcurrentを「競合」と訳したが、IV章記載のとおりFCAとCMAは規制上競っている訳ではない。

II. FCAによる販売規制

1. FCAの概要

FCAは「2012年金融サービス法（Financial Services Act 2012）」に基づき、2013年4月1日に金融サービス機構（Financial Services Authority、以下「FSA」という。）の一部の機能と権限を引き継いだ機関である。FCAはすべての規制対象者の業務行為の監督および消費者信用会社、消費者ローン会社、保険仲介者および健全性監督機構（Prudential Regulation Authority、以下、「PRA」という。）の監督下でない投資会社¹の健全性の監督を行う²。

FCAはFSAの法人格を継承した保証有限責任会社（company limited by guarantee）³であり、規制対象者からの手数料収入により運営されている⁴。FCAの議長および長官は財務省（HM Treasury）によって任命される。FCAの意思決定機関は理事会であり、FCA議長、FCA長官、イングランド銀行（Bank of England）副総裁、財務省とビジネス・イノベーション・技能省（Department for Business, Innovation and Skills）が指名する委員2名および財務省が指名する1名以上の委員で構成される。

2012年金融サービス法は、FCAの戦略目標（strategic objective）を「関連する市場が十分に機能することを確実にする」と定めている（同法1B(2)）。さらに戦略目標と関連があり、必ず進展させなければならない政策目標（operational object）として、「消費者のための適切なレベルの保護の確保」、「イギリス金融システムの誠実性の維持および向上」、および「消費者利益のための効率的な競争の促進」を定めている（同1B(3)(a)~(c)。「消費者利益のための効率的な競争の促進」はFSAにはなく、FCAにおいて新たに追加された目標である。目標追加の経緯については後記IV章3（1）を参照願う。

2. 経緯

(1) FSAにおける問題意識

イギリスでは金融機関が各種ローンの契約者に対して、債務返済補償保険（Payment Protection Insurance、以下「PPI」という。）を補償の内容について十分な説明をしない、あるいは契約をしなく

¹ PRAは、銀行、信用組合、保険会社およびマクロ・プルーデンス政策上重要な投資会社の健全性の監督を行う。

² FCA, "Journey to the FCA", Oct. 2012, pp.11-12

³ 保証有限責任会社には株主は存在せず、社員は会社に対する保証責任（通常は上限1ポンド）を負う。多くの場合、利益は企業の公的目的のために内部留保され、外部に配分されない。

⁴ FCA, "Corporate governance of the Financial Conduct Authority", July 2015, p.3

ても良いことを十分に説明しないで販売していたことが 2007 年頃に顕在化して大きな問題となった。1990 年から 2010 年までに販売された PPI の契約件数は約 4,500 万件、収入保険料は約 440 億ポンド（1 ポンド 170 円換算で約 7 兆 4,800 億円）であった⁵。当時の監督機関であった FSA は国民の金融機関に対する信頼を著しく損う近年最大の不適切販売の問題⁶として、PPI 販売の規制を行い、販売を行った金融機関に対して、すべての PPI の契約者に説明の書簡を送り、不適切販売により契約を行った契約者に対しては補償金を支払うよう指導を行った。この結果、2007 年から 2014 年にかけて約 1,300 万件の契約者に対して約 160 億ポンド（約 2 兆 7,200 億円）の補償金が支払われた⁷。

PPI の問題以降、FSA は損害保険における付帯販売を監督上のリスクとして認識するようになった。下記は FSA が 2012 年 3 月時点で、損害保険監督上の今後 12-18 ヶ月間のリスクとしてあげた事項であるが、ほとんどが付帯販売に関連するものである⁸。

- ・ 損害保険商品の契約内容が複雑になり、消費者に商品の価値および補償内容がわかりにくくなったため、消費者が商品内容を理解しないで、単に保険料が安い商品を購入している可能性がある。
- ・ 月々あるいは年間の保険料は少ないが、保険金請求頻度が少ない、あるいは価値の乏しい保険商品を他の商品と抱き合わせで販売して収益をあげている保険提供者⁹が存在し、不適切な販売が行われている可能性がある。
- ・ 収益率の低い保険商品に収益率の高い保険商品を補償の内容を説明しない、または付帯をしなくても良いことを説明しない、あるいは自動的に付帯して販売している可能性がある。
- ・ PPI の販売を規制したことで金融機関が PPI の代替の収入源として、重大疾病保障保険（Critical Illness Cover）や所得補償（Income Protection）のような補償商品を他の商品に付帯、あるいは単独で販売する可能性がある。

（2）マーケット・スタディー

2013 年 4 月の FCA 発足にあたり「消費者利益のための効率的な競争の促進」が目標に追加されたことから、市場競争に関する新たな調査方法として、マーケット・スタディー（market studies）が導入された。マーケット・スタディーは、企業、仲介者、販売者、販売協会、消費者、消費者団体および政府機関を含むその他適切な関係者と接し、市場調査、ビジネスモデル分析、インタビュー、意見交換等により必要なデータおよび情報の収集を行ったうえで、競争上の問題点、市場の失敗の評価、消費者不利益の範囲の評価を行うものである。調査および評価については実用的かつ適切な改善策を略述したドラフトを公表のうえ、意見公募によって意見を受領し、それを反映した最終報告の公表を行う手順となっている¹⁰。

なお意見公募（consultation）とは、イギリスで政策等を決定する際に、決定プロセスの透明性確保

⁵ FCA, “TR14/14 Redress for payment protection insurance (PPI) mis-sales Update on progress and looking ahead”, Aug. 2014, p.7

⁶ FCA, *supra* note 5, p.4

⁷ FCA, *supra* note 5, p.7

⁸ FSA, “FSA Retail Conduct Risk Outlook 2012”, Mar. 2012, pp.77-78

⁹ イギリスでは保険会社から商品の提供を受けたブローカーなどが自社ブランドで保険を販売している。本稿では FCA の監督下にある保険の提供者を総称して保険提供者と呼ぶ。

¹⁰ FCA, “FG15/9: Market studies and market investigation references”, 2015, p.3

と、プロセス参加機会を国民に与える目的で実施されている制度である。イギリスでは 2000 年に導入され、イギリスのすべての省庁を始めとして広く実施されている。内閣府が意見公募の時機、期限、影響範囲、意見受付方法、対処方法等の実務規範を定めている。

FSA が 2012 年 3 月に公表した監督上のリスク認識を踏まえ、FCA が発足後、最初に着手したマーケット・スタディーは損害保険の付帯販売となった¹¹。FCA は損害保険の付帯販売における市場の競争に関して、2014 年 3 月にマーケット・スタディーのドラフト¹²を公表後、意見公募の内容を反映したうえで 2014 年 7 月にマーケット・スタディーの最終報告¹³を公表した。

マーケット・スタディーでは付帯販売の仕組みを解明するため、PPI、カード盗難保険 (card protection)、ID 盗難保険 (identity theft protection)、個人傷害保険 (personal accident insurance)、ホーム・エマージェンシー保険 (home emergency insurance)¹⁴および故障時修理保険 (breakdown cover products) の 5 つの保険について、付帯販売と単独での販売の比較調査を行っている。

調査の結果、損害保険の付帯販売は競争上非効率であることが判明し、問題解決のため継続して調査を行い、改善策を見出すとされた¹⁵。最終報告において、競争上特に非効率とされたのは下記の 2 点である¹⁶。

- ・付帯販売は明らかに消費者行動に影響を与えるが、時に消費者の意思を無視し、販売者に有利に働く。
- ・一部の付帯商品や単独の保険商品においては、消費者が享受する価値は乏しく、損害保険商品販売においては透明性と価値を比較する方法が欠如している。

(3) コンサルテーション・ペーパー

FCA は 2015 年 3 月に損害保険の付帯販売に関するコンサルテーション・ペーパー (consultation paper)¹⁷を公表した。コンサルテーション・ペーパーは政策、規制の変更の際に一般の意見を徴収する目的で公表するもので FSA も適宜公表していた。

FCA のコンサルテーション・ペーパーでは、不十分な情報提供と価値の低い商品により、調査対象とした保険商品において消費者は少なくとも 1 億 800 万ポンドの保険料を払いすぎており、対策を講ずる必要があるとされた¹⁸。その上で、消費者が主体的に付帯商品を購入するため、必要な情報が提供されることを奨励する目的で、損害保険に限らず、FCA が認可するすべての金融機関またはその従業員が販売するすべての金融商品に付帯する商品のオプトアウト販売 (opt-out selling) を禁止し、損害保険の付帯商品に関連した情報を改善する規制案が提示された。オプトアウト販売とは、選択可能な項目が既に選択されており、消費者がその選択を取り消さなければならないような販売方法で、選択ボックスが予めチェックされていることが一般的であるが、これに限定された販売方法ではないとされた¹⁹。

¹¹ FCA, "MS14/1 General insurance add-ons: Provisional findings of market study and proposed remedies", Mar. 2014, p.11

¹² FSA, *supra* note 11

¹³ FCA, "MS14/1 General Insurance Add-Ons: Final Report - Confirmed Findings of the Market Study", July 2014

¹⁴ ホーム・エマージェンシー保険とは、家庭のガス、水道、電気設備等が故障した際の修理代をカバーする保険である。

¹⁵ FCA, *supra* note 13, p.9

¹⁶ FCA, *supra* note 13, p.7

¹⁷ FCA, "CP15/13 General Insurance Add-Ons Market Study - Proposed Remedies: Banning opt-out selling across financial services and supporting informed decision making for add-on buyers", Mar. 2015

¹⁸ FCA, *supra* note 17, p.5

¹⁹ FCA, *supra* note 17, p.8

イギリスの金融規制は大枠を「2000年金融サービス・市場法（Financial Services and Markets Act 2000）」で定め、細部を「FCAハンドブック（FCA Handbook of rules and guidance）」および「PRAルールブック（PRA Rulebook）」で定めている。コンサルテーション・ペーパー末尾にはFCAハンドブックの改定案および損害保険の付帯商品に関する情報の的確適時開示に関するガイドライン案が示された。FCAハンドブックの改定内容およびガイドラインについては次項で触れる。

3. 規制の内容

FCAは2015年9月、政策綱領（policy statement）²⁰を公表した。FCAハンドブックの改定内容およびガイドラインは2015年3月のコンサルテーション・ペーパー公表後の意見公募に基づき修正が行われている。

政策綱領では、顧客が目的とする投資に関連または同時の選択により購入する商品、サービスまたは明記された権利が選択付帯商品とされ、顧客が能動的に商品を選択しない限り、選択付帯商品の販売は禁止された。顧客がウェブサイト上で選択肢を変更する際の失敗は能動的選択とみなされない。契約の自動更新に際しては、更新により追加であるいは初めて付帯商品の料金が生じる場合は、実質的に同一条件の契約更新とはみなされず、オプトアウト販売は禁止される。

顧客が能動的に選択ができる付帯商品、無料の付帯商品および当座預金における当座借越は禁止の対象外である。また主たる商品から分離できない付帯（unbreakable bundles）もオプトアウト販売禁止の対象外とされた。

政策綱領ではFCAハンドブックの改定内容および損害保険の付帯販売に関する情報の的確適時開示に関するガイドライン²¹が示された。以下にその内容および規制に関連した情報を示す。

（1）FCAハンドブックの改定

FCAハンドブックには基本となる「業務行為原則（Principal for Business）」、その下位原則として銀行、証券会社、保険提供者等のすべての規制対象者が従わなければならない「業務行為原典（Conduct of Business sourcebook、「COBS」）」が設けられ、さらにその下位に商品ごとの業務行為原典が設けられている。オプトアウト販売の禁止はFCAハンドブックの業務行為原典および商品ごとの「保険業務行為原典（Insurance: Conduct of Business sourcebook、「ICOBS」）」、「住宅抵当・金融業務行為原典（Mortgages and Home Finance: Conduct of Business sourcebook、「MCOBS」）」、「銀行業務行為原典（Banking: Conduct of Business sourcebook、「BCOBS」）」および「消費者金融業務行為原典（Consumer Credit sourcebook、「CONC」）」を改定することで規制対象者に対して効力を発する。改定日は2016年4月1日である。

業務行為原典の改定は《図表1》の内容が、第2章の「業務行為上の義務」の最後に「選択付帯商品（Optional additional products）」の節として追加される（《図表2》参照）。

²⁰ FCA, “PS15/22 General Insurance Add-Ons Market Study – Remedies: banning opt-out selling across financial services and supporting informed decision-making for add-on buyers”, Sep. 2015

²¹ FCA, “Finalised guidance General Insurance Add-on sales appropriate and timely information”, Sep. 2015

《図表 1》業務行為原典 追加内容

2.5 選択付帯商品

有料の選択付帯商品の販売または提供を以下のとおり制限する。

- 2.5.1 R** (1) 企業は、顧客が能動的に特定の商品を選択しない限り、顧客との間で料金を課すあるいは将来課す選択付帯商品について契約してはならない。
- (2) 企業は、2016年4月1日以降に締結した契約について、顧客が料金の支払前に能動的に特定の商品を選択しない限り、選択付帯商品について料金を課してはならない。
- (3) 企業は以下の事由が生じた、あるいは生じたと推測する合理的根拠がある場合は、顧客に料金を課すあるいは将来課す選択付帯商品を購入するように誘導・誘発してはならない。
- (a) 商品に関連して(1)または(2)の違反が生じた場合
- (b) 選択付帯商品の提供者が企業であり、(1)または(2)に違反する行動をとる場合
- (4) 本ルールにおいては顧客による遺漏は能動的選択とみなされない。
- (5) (3)については選択付帯商品の契約の当事者が主たる商品の提供企業であるかどうかは問わない。
- (6) 料金には企業あるいは他の個人に支払われるあらゆる種類の金融報酬が含まれる。
- (7) 選択付帯商品とは、金融的性格の有無を問わず、顧客が目的とする投資に関連または同時の選択により購入する（または購入しない）商品、サービスまたは明記された権利である。
- (8) 顧客が目的とする投資の取引に関連して付帯商品を購入しようとしており、以下の選択権が与えられてる場合、その商品は選択付帯商品とみなされる。
- (a) 商品の販売者または提供者について
- (b) 特定の商品の購入について
- (9) (7)または(8)の選択付帯商品の定義に、購入元が企業あるいは他の個人であるかは関係しない。
- (10) (a) 当初契約の締結前あるいは更新契約の締結前に(1)から(3)の趣旨に添い、顧客の能動的な商品選択が行なわれた場合は、実質的に同一条件で契約の更新が行われる場合に限り選択付帯商品の条項に従った自動継続契約が認められる
- (b) 更新によって追加であるいは初めて選択付帯商品の料金が生じる場合は、実質的に同一条件の契約更新とはみなされない
- (c) (b)以外の料金の変更は実質的に同一条件の契約更新かの判断には影響しない
- (11) 顧客はこのルールに従って、販売プロセスにおいて保険仲介を行う者から、商品の能動的な選択を行う。
- 2.5.2 G** 顧客による能動的選択とみなされない顧客による不作為の例として、ウェブサイト上であらかじめ選択されている選択肢変更の失敗があげられる。
- 2.5.3 G** 企業には主たる販売対象が金融以外のサービスあるいは商品に付随する選択付帯商品についてのオプトアウト販売が2013年消費者契約規則^(注2)で禁止されていることへの配慮が求められる。
- 2.5.4 G** 企業にはその指名代理人が業務行為原典 2.5 に確実に従うことへの配慮が求められる。

(注1) 項番の後に付されている「R」はルール (rule) であり、違反した場合の課金等の法的拘束力を有する。「G」はガイダンス (guidance) であり法的拘束力を有しない。

(注2) 2013年消費者契約規則は、金融商品以外で消費者に追加費用が発生するような付帯商品のオプトアウト販売を禁止している。後記(4)を参照願う。

(出典) FCA, “General Insurance Add-Ons Market Study – Remedies: banning opt-out selling across financial services and supporting informed decision-making for add-on buyers”, Sep. 2015

《図表 2》業務行為原典 第 2 章 業務行為上の義務の構成

2.1 誠実・公平・専門的な行為
2.2 サービス提供前の情報開示
2.3 勧誘
2.4 顧客としての代理人および他の信認
2.5 選択付帯商品 ← 節追加

(出典)《図表 1》に同じ。

保険業務行為原典第 6 章「商品情報」6.1「総論」6.1.5 には、「企業は消費者が提示内容について意思決定ができるように、保険契約についての的確な情報を適時に理解しやすい形で開示するための合理的な手立てを取らなければならない。」という「情報の的確適時開示ルール」が記載されている。オプトアウト販売規制に伴い「情報の的確適時開示ルール」の対象が広がり、次項の 6.1.6 の記載が「情報の的確適時開示ルールは、単体での販売、他の保険契約に付帯した販売または他の商品やサービスに付帯した販売に関係なく、すべての保険契約に同じように適用される。」という内容に変更される（《図表 3》参照）。

また、第 6 章の最後に「6A.2 選択付帯商品」の節が追加され（《図表 4》参照）、業務行為原典 2.5 とほぼ同じ内容²²が追加される。

《図表 3》保険業務行為原典 第 6 章「商品情報」6.1「総論」6.1.6 変更内容

6.1.6 G 情報の的確適時開示ルールは、 <u>契約締結前あるいは締結後に適用され、契約期間中の変更、更新および保険料引上げ時に適用される。</u>
↓
6.1.6 G 情報の的確適時開示ルールは、 <u>単体での販売、他の保険契約に付帯した販売または他の商品やサービスに付帯した販売に関係なく、すべての保険契約に同じように適用される。</u>

(注) 下線の部分が変更される。

(出典)《図表 1》に同じ。

《図表 4》保険業務行為原典 (ICOBS) の変更・追加項目

6.1 総論 ← 6.1.6 変更改定
6.2 契約前情報：損害保険契約
6.3 契約前後情報：純粹保障契約
6.4 契約前後情報：補償契約
6 付則 1 一定状況における保険提供者および保険仲介者の責任
6 付則 2 消費者のための契約概要
6A 特定契約毎ルール
6A.1 GAP (Guaranteed Asset Protection) 契約 ^(注)
6A.2 選択付帯商品 ← 節追加

(注) GAP とはローン対象資産が損害を被り保険会社からの保険金がローン残高に満たない場合、差額を補償する保険である。通常は Guaranteed Auto Protection の略であるが、FCA は Guaranteed Asset Protection の略としている。

(出典)《図表 1》に同じ。

²² 業務行為原典とは条文番号と、業務行為原典の「client」が保険業務行為原典では「customer」となっている点が異なる。

(2) 情報の的確適時開示に関するガイドライン

政策綱領において添付されたガイドラインは、マーケット・スタディー最終報告における保険提供者は消費者に対して的確な情報を適時に提供する必要があるとの問題意識に基づいている。本ガイドラインは保険業務行為原典第6章の「情報の的確適時開示ルール」に基づくものであるが、強制力はない。ガイドラインは、保険の価格比較サイトにおいて保険料を提示する保険提供者およびその他の販売プロセス関係者の損害保険付帯販売を対象としている。概要は次のとおりである。

- ・付帯商品の情報提供は往々にして、主たる商品の販売プロセスの後半となるが、消費者の意思決定に影響を与えるため、適切な情報提供タイミングは、主たる商品の選択または購入の直前であり、そのタイミングで最も一般的な付帯商品を提示すべきである。
- ・最も一般的な付帯商品とは、顧客に最も頻繁に購入された付帯商品の上位3つである。企業はどの付帯商品がこれに該当するかを特定し、変更状況を把握しなければならない。
- ・最も一般的な付帯商品についてこのようなアプローチをとることで、企業は販売プロセスの初期で消費者が情報過多になることを防ぐことができる。

(3) 損害保険商品の価値の測定

前述のとおり2012年3月時点でFSAは、損害保険商品の価値がわかりにくくなり、消費者が商品内容を理解しないで単に保険料が安い商品を購入することを懸念していた。2015年3月のコンサルテーション・ペーパー²³においてFCAは、2012年の個人向け損害保険全種目の平均ロス・レシオが64%であるのに対し、付帯商品として販売された個人傷害保険やGAP保険のロス・レシオは10%前後であり、付帯商品の販売への影響を最小限に抑えながら際立って高い保険料を設定する保険提供者が存在するとし、損害保険商品の価値の比較方法を検討するとしていた²⁴。

FCAは2015年7月公表の討論資料(Discussion Paper)²⁵において、損害保険商品の価値の比較方法として、契約者による収入保険料に占める保険金支払額の割合である損害率(claims ratio)を提案している。意見公募では保険業界から多数の意見が寄せられており、政策綱領においては意見公募を踏まえた損害保険の価値の測定方法を改めて公表するとしている。

なお討論資料の公表は、広く一般に対して規制対象者および市場に関する情報の開示を行うことでFCAの活動やプロセスを可能な限り透明性することを目的として、FCA発足と同時に導入されている²⁶。

(4) 2013年消費者契約規則との住み分け

2014年6月に施行された「2013年消費者契約規則(The Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Charges) Regulations 2013)」は、EUの「消費者権利指令(Consumer Rights Directive 2011/83/EU)」を国内法制化したもので、金融商品以外で消費者に追加費用が発生するような付帯商品のオプトアウト販売を禁止している。

²³ FCA, *supra* note 17

²⁴ *ibid.*

²⁵ FCA, “DP15/4 General Insurance Add-ons Market Study - Remedies: Value Measures”, June 2015

²⁶ FSA, “DP13/1 Transparency”, Mar. 2013

FCA のオプトアウト販売規制と 2013 年消費者契約規則の住み分けの例は《図表 5》のとおりである²⁷。

《図表 5》 オプトアウト販売規制の住み分け

主たる商品	付帯商品	規制の主体
自動車保険	ロードサービス保険	FCA 販売規制
コンサートチケット	キャンセル費用保険	消費者契約規則
住宅ローン	権原保険 ^(注1)	FCA 販売規制
携帯電話	携帯電話保険 ^(注2)	消費者契約規則
クレジットカード	カード盗難保険	FCA 販売規制
自動車	GAP 保険	消費者契約規則

(注1) 権原保険 (title insurance) とは、不動産所有者の権原に瑕疵が発見されたことにより、不動産の完全な所有権に異議が出された場合に補償する保険である。

(注2) 携帯電話保険とは、gadget (携帯電話、スマートフォンおよびタブレット端末等) の紛失、破損および盗難を補償する保険である。

(出典) FCA, “CP15/13 General Insurance Add-Ons Market Study – Proposed Remedies: Banning opt-out selling across financial services and supporting informed decision making for add-on buyers” より損保ジャパン日本興亜総合研究所作成。

4. 業界の反応

FCA の販売規制に関して、イギリスの保険提供者の協会である英国保険協会 (Association of British Insurer、以下「ABI」という。) は、「消費者に利便性を与える付帯商品について FCA が関心を持つことを歓迎する。消費者が付帯商品の内容を理解することは重要であり、FCA の動きを支援したい。」とコメントしている²⁸。

一方でこのような販売規制が行われることで、例えば自動車保険における法律費用特約²⁹のように消費者が本当に必要な補償を付帯しない可能性があり、混乱が生じることを懸念する声が業界関係者から聞かれた³⁰。

また、ロンドンのある法律事務所の関係者は 2015 年 12 月に行ったインタビューにおいて「付帯商品の補償内容を主たる商品の補償とすれば付帯販売規制の対象外となるため、FCA の規制は実効性に乏しいのではないか。」とコメントしている。

III. CMA による販売規制

1. CMA の概要

競争・市場局 (CMA) は「2013 年企業規制改革法 (Enterprise and Regulatory Reform Act 2013)」に基づき (同法第 25 条) 2013 年 10 月 1 日に設立された機関である。従来イギリスにおいては、公正取引庁 (Office of Fair Trading、以下「OFT」という。) および競争委員会 (Competition Commission、

²⁷ FCA, *supra* note 17, p.12

²⁸ ABI, “ABI Response to FCA Consultation Paper CP15/13”, Mar. 2015

²⁹ 法律費用特約とは自動車事故に関連した訴訟費用を補償する特約である。敗訴者負担主義をとるイギリスでは、わが国と異なり弁護士費用も訴訟費用に含まれることから、敗訴の場合の費用は高額となり、法律費用特約の必要性は高い。

³⁰ POST Magazine, “Consumer confusion mooted as potential outcome of add-ons ban”, Oct. 15, 2015

以下「CC」という。)の2つの機関が競争法の調査・執行を行っていたが、業務の重複が見られたことから2014年4月1日にOFTおよびCCは廃止され、CMAがほとんどの機能・権限を引き継いだ³¹。

CMAは内閣に属さない大臣が所管する非大臣庁であり、全体の方針の策定等を行う評議会と評議会の委託を受けて調査等を行う委員会から構成されている。評議会および委員会の長および構成メンバーは、ビジネス・イノベーション・技能省の大臣によって任命される。

CMAの目標は「消費者利益のため連合王国内外の競争を促進させること」である(2013年企業規制改革法第25条)。この目標達成のため、CMAは戦略目標(strategic goals)として、「効率的な執行の提供」、「競争的領域の拡張」、「消費者保護の見直し」、「最高水準の業務の達成」および「統合パフォーマンスの開発」を掲げている。

2. 経緯

(1) OFTによる調査

CMAの前身であるOFTは2011年12月から「2002年企業法(Enterprise Act 2002)」第131条に基づき、個人向け自動車保険市場における競争の効率性について調査を開始した。OFTは、個人向け自動車保険の保険料が2010年の1年間で12%、2011年の1月から9月までの9ヶ月間で9%上昇していたため調査を開始し、主に対人賠償費用および対物賠償費用の増加についての調査を行った³²。調査の結果OFTは、イギリスの損害保険市場の次のような慣習が競争を阻害しているとしている。

- ・加害者(at-fault)側の保険会社は、被害者(not-at-fault)の事故車両の修理費用、代車費用を負担するが、これらについて選択権が与えられないことが多い。請求金額について加害者側の保険会社が精査して適正と思われる価格まで減らすことは難しく、これらのサービスについて限られたコントロールしか持たない。
- ・被害者側の保険会社、ブローカー、クレジットハイヤー会社(credit hire organisations)や自動車修理工場等のサービス提供者には、加害者側保険会社が費用のコントロールをすることが難しいことに乗じて収益を得る機会と誘因がある。紹介料(referral fees)や払い戻し(rebate)等の慣習は、加害者側保険会社が支払わなければならない費用を増加させている。

クレジットハイヤー会社とは主に自動車事故の処理において、被害者の代わりに修理や代車の手配を行い、その費用を立て替えたうえで、後日責任のある保険会社に請求する事業者である³³。OFTによれば、一部のクレジットハイヤー会社は被害者に必要以上に長い期間に渡り代車の提供を行い、あるいは事故を紹介した保険会社やブローカーに対して1件当たり250-450ポンドの紹介料を支払い、その分を立て替えた費用に上乗せして加害者側保険会社に請求していた³⁴。

CMA設立前は2002年企業法に基づき、OFTが市場調査を行った結果、市場において競争を妨害、制限、もしくは歪曲する特性が見られた際には、当該事案の継続調査をCCに付託することとなってお

³¹ 例えばOFTの機能のうち、消費者信用会社の規制はFCAに引き継がれている。

³² OFT, "Private Motor Insurance Report on the market study and proposed decision to make a market investigation reference", May 2012, pp.4-15

³³ 過失割合で係争して保険金支払いが遅れている場合等に契約者に利便性をもたらすとされる。

³⁴ OFT, *supra* note 32, p.22

り、OFTは2012年9月に、個人向け自動車保険に関する調査をCCに付託した³⁵。

(2) CCによる調査

CCは2013年12月にOFTから付託された調査の中間過程³⁶を公表した³⁷。CCは調査の対象を自動車保険の提供を行う保険会社、ブローカー、保険の価格比較サイト、クレジットハイヤー会社、代車提供会社、自動車整備工場および部品・塗装業者等に拡大している。

CCは自動車保険の対物賠償において、加害者側保険会社が被害者が利用した修理、代車等の費用の請求額を制御できないため、個人向け自動車保険全体に年間1億5,000万ポンドから2億ポンドの余分な費用が生じていると推計している。対人賠償においては、被害者側保険会社が弁護士に賠償請求訴訟の案件を紹介することで800ポンド程度の紹介料を受け取り、かつ賠償請求訴訟件数の増加につながっているとしているが、既に紹介料の受け取りを禁止する法律が2013年4月より発効する見込みであることにも触れている³⁸。

さらにCCは、保険販売において保険提供者が情報上優位にあり、多くの消費者は付帯商品について限られた情報しか提供されないため、付帯商品が保険料に見合った補償内容なのかを見極めることができないことを問題としている。

また対象拡大の結果、一部の保険の価格比較サイトと保険提供者が最恵国待遇条項（most-favoured nation clauses）のある協定書を締結していることが競争を阻害しているとしている。最恵国待遇条項とは、保険の価格比較サイトで一番安い保険料が提示されるように、保険提供者自身のサイトを含む他の販売チャネルで価格比較サイトより安い保険料を提示しないことを約束する条項である。

公表した中間報告についての意見公募後、2014年にCCが廃止されたことに伴い、調査はCMAに引き継がれた。

(3) CMAによる調査

CMAは2014年9月24日に最終報告書³⁹を公表した。報告書では自動車保険の特約についての情報の非対称性、対物賠償費用を被害側の保険提供者が算定すること、および価格比較サイトと保険提供者間の契約の最恵国待遇条項の3点を問題点としている。

特約についての情報の非対称性については、法律費用、（飛び石等による）フロントガラス破損の修理費、ロードサービス、代車費用、鍵紛失、海外での使用および無事故割引（no-claim bonus）プロテクト特約等、自動車保険には数多くの特約があるが、消費者の理解力には限界があり、特に無事故割引プロテクト特約についての消費者の理解力は乏しいと指摘している。

³⁵ OFT, “Private Motor Insurance: Decision to make a market investigation reference”, Sep. 2012

³⁶ CC, “Private Motor Insurance Market Investigation Notice of Possible Remedies under Rule 11 of the Competition Commission Rules of Procedure”, Dec. 2013

³⁷ 損保ジャパン総研レポート Vol. 62 「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と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—」（2013年3月）においてCCの調査の中間過程を紹介している。

³⁸ 2013年4月に「2012年法律扶助改革法（Legal Aid, Sentencing & Punishment of Offenders Act 2012）」が施行され、対人賠償補償における弁護士の紹介料の受け取りが禁止され、自動車保険の対人賠償費用は減少している。

³⁹ CMA, “Private motor insurance market investigation: Final report”, Sep. 2014

イギリスの自動車保険にはわが国のような等級制度はないが、無事故の継続年数に応じて保険料が安くなる無事故割引を各社が自社の基準で設けている。無事故割引プロテクトは、保険金請求を行った翌年も無事故割引が継続される自動車保険の特約であるが、事故の種類、程度、回数によっては無事故割引プロテクトが適用されないことが約款で規定されている。

対物賠償費用については、イギリスでは一般的な対物賠償事故における車両の修理代や代車の手配は被害者側の保険会社が行うスキームに乗じて、費用の上乗せ等で保険金請求額を膨らませることが、加害者側保険会社の費用および保険料の上昇要因となっているとしている。しかし実効性があり費用対効果のある改善案は見当たらなかったとしている。例えば被害者側の保険会社が代車の費用を負担、あるいは加害者側の保険会社への請求額に上限を設ける改善案は大規模な法律の改正が必要な反面、年間保険料が3ポンド下がる程度の効果しか見込まれないため見送られた。CMAは代車費用の基準金額の見直しや保険会社間で互いに請求手続きの費用を削減することを約束する相互協定(bilateral agreements)を締結すること等で、現行の法律下でも費用削減は十分可能であるとしている。

価格比較サイトと保険提供者間の契約の最恵国待遇条項についてはCCの調査の中間過程と同様に、一部の保険の価格比較サイトと保険提供者が協定する最恵国待遇条項が競争を阻害しているとしている。

3. 規制の内容

CMAは2015年3月15日に「個人向け自動車保険市場調査命令(Private Motor Insurance Market Investigation Order 2015)」を公表した。命令は、2002年競争法第134条に基づくものであり、内容は2015年1月7日の命令案公表後の意見公募を経て確定している。

命令は主に、無事故割引プロテクト特約に関する注意喚起、CMAへのコンプライアンス・レポート提出および価格比較サイトと保険提供者間の最恵国待遇条項の禁止の3点を規制している。

(1) 無事故割引プロテクト特約に関する注意喚起

2016年8月1日より、個人向け自動車保険の無事故割引プロテクト特約の勧誘を行う際には、所定の文言による無事故割引プロテクト特約に関する注意喚起を行わなければならない。文言は自動車保険の提供者が勧誘を行う際(《図表6》参照)、価格比較サイトが提示を行う際(《図表7》参照)、および口頭で情報提供を行う際(《図表8》参照)で異なる。

また2016年8月1日より、無事故割引の継続年数ごとの標準的な無事故割引および無事故割引プロテクト特約を付帯した場合の対比した表を消費者へ提示することとなった(《図表9》参照)。

《図表6》自動車保険の提供者が無事故割引プロテクト特約の勧誘を行う際の注意喚起

- ・無事故割引プロテクト特約はあなたの保険のすべての保険料をプロテクトするものではありません。たとえあなたに過失がない事故であっても、事故によってあなたの保険の保険料が上昇することがあります。
- ・無事故割引プロテクト特約は1回ないしはそれ以上の保険金請求による無事故割引年数の減少を防ぐことができます。詳細は別項をご参照ください。

(出典) CMA, "The Private Motor Insurance Market Investigation Order 2015", Mar. 18, 2015.

《図表 7》 価格比較サイトが無事故割引プロテクト特約の提示を行う際の注意喚起

- 無事故割引プロテクト特約は保険提供者によって異なりますが、一般的に1回ないしはそれ以上の保険金請求による無事故割引年数の減少を防ぐことができます（詳細な情報は商品選択のうえ購入プロセスに進むと保険提供者のウェブサイト上に表示されます）。
- 無事故割引プロテクト特約はあなたの保険のすべての保険料をプロテクトするものではありません。たとえあなたに過失がない事故であっても、事故によってあなたの保険の保険料が上昇することがあります。

（出典）《図表 6》に同じ。

《図表 8》 口頭で無事故割引プロテクト特約に関する情報提供を行う際の注意喚起

無事故割引プロテクト特約はあなたの保険のすべての保険料をプロテクトするものではありません。たとえあなたに過失がない事故であっても、事故によってあなたの保険の保険料が上昇することがあります。

（出典）《図表 6》に同じ。

《図表 9》 無事故割引プロテクト特約に関連して消費者に提示する表

- 最初の表では、次の事項を表示する。
 - ・最初の列には、個人向け自動車保険商品に適用される無事故割引の継続年数を表示する。
 - ・次の列には、個人向け自動車保険商品に適用される標準的な無事故割引を継続年数ごとに表示する。
- 次の表では、無事故割引プロテクトについて表示し、最初の列には無事故割引プロテクト無し、次の列では無事故割引プロテクト有り、それぞれ無事故割引の継続年数と事故の件数により無事故割引がどのように変化するかを表示する。

（出典）《図表 6》に同じ。

（2）CMA へのコンプライアンス・レポート提出

2016年8月1日より、自動車保険の提供者は、CMAの命令の準拠状況および無事故割引プロテクト特約に関連して消費者に提示する表について、毎年コンプライアンス・レポートを作成のうえ、CMAに提出することとなった。

（3）その他

価格比較サイトは2015年7月15日以降、CMAへの毎年のコンプライアンス・レポートおよび四半期ごとにCMAへコンプライアンス・ステートメントを提示することとなった。価格比較サイトが提出するコンプライアンス・レポートおよびコンプライアンス・ステートメントは当該期間において削除した保険提供者名および保険商品、削除の性質および理由を含むこととされた。

また、2015年4月19日以降、価格比較サイトおよび保険提供者は両者間の契約へ、保険提供者が自社サイトを含む他の販売チャネルで保険商品をより安い保険料で提示しない最恵国待遇条項を挿入することが禁止された。

4. 業界の反応

CMA の自動車保険の提供者および価格比較サイトによる注意喚起と無事故割引の年平均割引額の消費者への提示については、命令案後の意見公募において、2015年9月1日からの適用は対応期間が短く、実効性のある対応はできないとの意見が保険業界から出された⁴⁰。この結果、命令では適用開始は2016年8月1日に順延された。

イギリスの保険ブローカーの協会である英国保険ブローカー協会 (British Insurance Broker's Association、「BIBA」) は、「FCA への報告とは別に CMA への報告が追加されることは、ブローカーのコストだけではなく行政コスト増加要因となり、政府の規制簡素化の取組⁴¹を阻害するものだ。」とコメントしている⁴²。

IV. 競争法上の権限の競合

1. イギリス競争法の概要

(1) 1998年競争法

イギリスの「1998年競争法 (Competition Act 1998)」は、欧州共同体 (European Union、以下「EU」という。) の「EUの機能に関する条約 (Treaty on the Functioning of European Union、以下「EU機能条約」という。)」第101条および第102条に対応して、イギリス国内における反競争的協定および支配的地位の濫用への規制を定めたものである。

1998年競争法第1章は、EU機能条約第101条に対応し、イギリス国内で実施または実施が意図され、取引に影響を与えるおそれまたは競争を妨害・制限・歪曲する目的、効果を持つ協定等を原則として禁止している。ただし、EU機能条約と同様に、一定の条件を満たした協定については、個別適用免除または一括適用免除が認められている。

1998年競争法第2章は、EU機能条約第102条に対応し、支配的地位を有する事業者による単独・共同の濫用行為が禁止されている。

CMA は 1998 年競争法に基づき、第 1 章・第 2 章の違反が疑われる合理的な理由がある場合、審査を行い、文書・情報の提出、令状なし・令状に基づく検査を行うことができる (同法第 25 条)。CMA は審査中の案件について特定の個人または組織が重大かつ回復し難い損害を被るのを防ぐ、または公共の利益を守るため、緊急に措置を採る必要があると考える場合には、適切と考える指示を出すことができる (同法第 35 条)。CMA が協定または行為が 1998 年競争法第 1 章・第 2 章の違反が疑われる合理的な理由があると決定した場合、違反終結のために適切と考える指示を出すことができ、事業者に対して制裁金を賦課することができる (同法第 36 条)。

(2) 2002年企業法

2002年企業法は、合併等の企業結合の規制対象、届出、審査、是正措置を定めている。企業結合の規

⁴⁰ POST Magazine, "CMA no claims bonus deadline branded 'wholly unrealistic' and a distraction", Feb. 17, 2015

⁴¹ 政府の規制手続簡素化への取組とは、「レッドテープ・チャレンジ (Red Tape Challenge)」と名付けられた既存の法規制統廃合による手続き簡素化の試みである。

⁴² POST Magazine, "CMA remedies a 'mixed bag' for Biba", Mar. 19, 2015

制対象は結合される企業の売上高が 7,000 万ポンド超となる、または企業結合により 25%以上の市場シェアが生じるかシェアが増大する場合である。

CMA は 2002 年企業法に基づき、企業結合に関する審査を行う権限を有する（同法第 117 条）。審査において競争を著しく減ずる可能性の実現が疑われる場合、詳細な審査が行われ、実現性が高いとの判断が下された場合に CMA は企業結合の禁止や獲得した事業の一部の売却等の是正措置を講じなければならない（同法第 35 条、第 36 条）。

また、CMA は 2002 年企業法に基づき、価格カルテル、市場の割当て、入札談合等のカルテル罪の違反行為を疑うに足る合理的な理由がある場合に文書及び情報の提出および令状に基づく立入検査を行う権限を有する（同法第 192 条―第 194 条）。さらに個人がカルテル罪に関与した場合に禁固または罰金を科すことができる（同法第 188 条、第 190 条）。

（3）2013 年企業規制改革法

2013 年企業規制改革法は、合併（同法第 29 条―第 32 条）、独占禁止（同法第 39 条―第 42 条）、カルテル罪（同法第 47 条、第 48 条）等について 1998 年競争法および 2002 年企業法の内容を改正している。また、競争法に関連した組織が整理され、CMA の設置（同法第 25 条）、OFT および CC の廃止（同法第 26 条）、特定分野において競合的権限を有する規制当局を定めている（同法第 51 条）。

2. 規制当局の競合的権限

（1）経緯

イギリスにおいては公益事業の民営化に際して、OFT および CC による反競争行為規制を補完するためにガス、電気、水道、鉄道、および北アイルランドの電気とガスの規制当局（sectoral regulators）に対して競争法上の権限を与えたが（1998 年競争法第 54 条および付属条項 10）、十分な効果をあげることができなかった。会計監査局（National Audit Office）はその理由を、競争法において規制当局の権限が明記されていないためと指摘し、規制法行使プロセスの見直しおよび OFT と CC による規制体制の見直しを 2010 年 3 月に提言した⁴³。

2011 年 3 月にビジネス・イノベーション・技能省が公表したイギリスにおける競争規制改革に関する協議書⁴⁴では、会計監査局の提言を踏まえ、力強い市場を維持し、消費者利益および生産性、革新性、経済成長を牽引するために各規制機関の能力を極大化することが目的とされ、業務が重複していた OFT および CC の廃止、CMA の創設、規制当局の権限強化等が織り込まれた。

2013 年企業規制改革法において、改めて規制当局の競合的権限（concurrent power）が規定され（2013 年企業規制改革法 51 条）、権限を有する規制当局として、情報通信庁（Office of Communications）、ガス・電力市場管理局（Gas and Electricity Markets Authority）、水道事業規制局（Water Services Regulation Authority）、鉄道規制庁（Office of Rail Regulation）、北アイルランド公益事業規制局（Northern Ireland Authority for Utility Regulation）および民間航空局（Civil Aviation Authority）

⁴³ National Audit Office, “Review of the UK’s Competition Landscape”, Mar. 2010

⁴⁴ Department for Business, Innovation and Skills, “A Competition Regime for Growth: A Consultation on options for reform”, Mar. 2011

の6機関が規定された（同法53条）。

2013年12月にはCMAと規制当局の合意の下でCMAにより「連合王国競争ネットワーク趣意書（United Kingdom Competition Network Statement of Intent）」が策定され、規制当局とCMAの協力の枠組みを強固にすることを目的とした連合王国競争ネットワーク（以下「UKCN」という。）が設立された。UKCN参加機関はCMAおよび各分野の規制当局であり、それぞれの規制分野において一貫した競争法上の対応が行われるように、職員の採用や研修等の機能の強化、最良実施例の情報交換、互いの業務の支援等を行い、CMAは年次報告を作成し、競合する分野の案件、覚書等について毎年情報公開することとされた⁴⁵。

2015年4月1日よりFCAおよび決済システム監督者（Payment Systems Regulator）⁴⁶が規制当局に追加されている。《図表10》は2015年4月1日現在の規制当局およびその規制分野を示している。

《図表10》 規制当局と規制分野（2015年4月1日現在）

規制当局名	規制分野
民間航空局	航空運航サービス、空港運営
情報通信庁	通信、放送、郵便
ガス・電力市場管理局	電気、ガス
金融行動規制機構（FCA）	金融サービス
決済システム監督者	決済システム
鉄道規制庁	鉄道
水道事業規制局	水道
北アイルランド公益事業規制局	北アイルランドにおける電気、ガス、水道および下水道

（出典）CMA, “Annual report on concurrency 2015”, Apr. 2015.

（2）競合する権限

規制当局の競争法上の競合的権限は以下のとおりである⁴⁷。

- ・ EU 機能条約第101条・第102条、1998年競争法第1章・第2章における禁止のいずれかを侵害している可能性のある申し立ての検討
- ・ 重大な損失を防ぐための暫定的な措置の実施
- ・ 規制当局の主導または申し立てに基づく調査の実施
規制当局は書類作成および情報請求、調査対象の事業と関連のある個人への面談、および施設の検査においてCMAと競合する権限を有する
- ・ CMAが定めた算定方式を考慮した罰金の課金
- ・ 侵害を終結させるための指導の実施
- ・ 案件終結のための制約の受け入れ

⁴⁵ CMA, “United Kingdom Competition Network (UKCN) Statement of Intent”, Dec. 2013, pp.3-4

⁴⁶ 決済システム監督者は2013年銀行改革法に基づき、2014年4月にFCAの下部組織として新設された組織である。

⁴⁷ CMA, “Regulated Industries: Guidance on concurrent application of competition law to regulated industries”, Mar. 2014, p.7

- ・機密の非公式助言の採用および意見の公表
- ・EU 機能条約第 101 条・第 102 条、1998 年競争法第 1 章・第 2 章における禁止のいずれかを侵害している事業の事案解決の同意、事業への懲罰賦課を減らすことを条件とした調査の残部について簡素化された行政手続きへの同意

(3) CMA との調整

CMA は規制当局への情報交換の要求、競合する分野においてどちらが当該案件を扱うかの判断および状況により規制当局から CMA が案件の引き継ぎを受けるかどうかを判断する権限を有する(2013 年企業規制改革法第 51 条)。

ただし実際の運用では、CMA と規制当局は連絡を密にし、案件の重複が生じるような場合は、UKCN 趣意書 3.22 に記載された次のような基準に基づき、CMA と規制当局のどちらが案件を扱うことが適切かを協議することとなっている⁴⁸。

- ・規制当局と CMA のどちらが分野に精通しているか
- ・案件が他の競合分野または競合していない分野に影響を及ぼさないか
- ・事前に当事者と規制当局との間、あるいは CMA との間で契約あるいは訴えがないか
- ・案件に関連した事案の取り扱いがなかったか
- ・連合王国の競争政策上または競合分野あるいはより広い範囲で競争および消費者に大きな妨げおよび悪例となるため、CMA が 1998 年競争法第 1 章の権限を行使することが適切ではないか
- ・CMA が案件を扱い関連した規制当局が協力する(あるいはその逆)ことが競争および分野に関連した企業にとって最良の組み合わせではないか

3. FCA の競合的権限

(1) 経緯

2010 年に政権に付いた保守党と自由民主党の連立政権⁴⁹は、リーマン・ショックを契機とした世界的な信用収縮の連鎖による金融危機を踏まえ、イギリスの銀行規制改革の検討を独立銀行委員会 (Independent Commission on Banking) ⁵⁰に依頼した。2011 年 9 月に公表された独立銀行委員会の最終報告書においては、銀行の業務を個人向け銀行業務 (retail banking) と法人・投資家向け銀行業務 (wholesale / investment banking) に分離する、業務隔壁 (retail ring-fence) を設けることおよび、競争を金融規制の主眼とすべきこと等が提言された⁵¹。

FCA の政策目標の 1 つである「消費者利益のための効率的な競争の促進」は、2012 年金融サービス法案検討段階では、「一定のサービスにおける市場の効率性と選択の促進」とされていたが、独立銀行委員会の最終報告書の指摘を踏まえ、競争が政策目標に含まれることとなった。

銀行業務の業務隔壁設置についてはその後も検討が続いていたが、「2013 年金融サービス (銀行改革)

⁴⁸ CMA, *supra* note 45, p.17

⁴⁹ 保守党は 2010 年 5 月の総選挙で勝利したが単独過半数には至らず、自由民主党と連立政権を樹立した。その後、2015 年 5 月の総選挙で過半数を獲得した保守党の単独政権となっている。

⁵⁰ 独立銀行委員会は銀行規制改革への提言を目的に組成され、委員長の名からヴィッカーズ (Vickers) 委員会と呼ばれている。

⁵¹ Independent Commission on Banking, “*Final Report Recommendations*”, Sep. 2011, p.17

法 (Financial Services (Banking Reform) Act 2013)」において法令化された⁵²。その際、2000年金融サービス・市場法で定めた FCA および健全性監督機構 (PRA) の権限が強化され、FCA は 2015 年 4 月 1 日以降、競争法上、CMA に競合する権限を有することとなった。

(2) 競合する権限

2015 年 4 月に競合的権限を有するまで FCA は主としてマーケット・スタディーにより市場の競争の調査を行っている。マーケット・スタディーにより市場の競争を改善できる方法が判明した場合、政策・規制・法の改正、ガイダンス作成、自主規制強化の勧告、個社への制裁の強制執行等の適切な改善策を実施することになっている⁵³。2015 年 3 月までの 2 年間に公表された主なマーケット・スタディは、損害保険における付帯販売、貯蓄 (Cash savings)、退職後所得 (Retirement income)、法人・投資家向け銀行業務 (Wholesale sector) および CMA と共同で行われた中小企業向け銀行業務 (SME banking) である。マーケット・スタディーは現在も継続して公表されている。

FCA は 2015 年 4 月 1 日以降、他の規制当局と同様の権限を有することとなった。なお、2002 年企業法に基づくカルテル罪規制に関する権限は有していない⁵⁴。FCA が競争法上の競合する権限を得たことから、2015 年 8 月 1 日付で、主に競争法違反に関連した FCA への企業の開示義務について FCA ハンドブックの改定が行われ、検査マニュアル (Supervision Manual) の 15.3.15 「企業に対する民事、刑事、規制手続き」が改定され、15.3.32 「競争法違反」が追加された。

(3) CMA との調整

FCA と OFT の競争法上の協力関係については 2013 年 4 月に両者間で覚書⁵⁵が交わされている。その後、2014 年 4 月に OFT が廃止され、CMA がほとんどの機能・権限を引き継いだことから、2014 年 7 月に FCA と CMA の間で覚書⁵⁶が再締結されている。前述の 2014 年 9 月の CMA の自動車保険に関する最終報告書においては FCA の調査と調整しながら CMA の調査が行われたことが明記されている。

2015 年 4 月に FCA が競合的権限を有したことから、FCA と CMA は 2015 年 12 月に競合する権限における協力関係について定めた覚書⁵⁷を再締結し、さらに 2016 年 1 月に主に互いに交換する情報における個人情報の扱いについて定めた覚書⁵⁸を締結している。2015 年 12 月の覚書では案件の扱い、情報交換および職員の交換等の協力関係が規定された。案件の扱いについては、前述の UKCN 趣意書 3.22 記載の基準に基づき、協議を行うこととされている。

⁵² 現時点のスケジュールでは、2018 年末までに業務隔壁を終了させなければならない。

⁵³ FCA, “FG15/9: Market studies and market investigation references”, 2015, p.3

⁵⁴ FCA, “FG15/8 The FCA's concurrent competition enforcement power for the provision of financial services”, July 2015, p.1

⁵⁵ OFT/FCA, “Memorandum of Understanding between the Office of Fair Trading and the Financial Conduct Authority”, Apr. 2013

⁵⁶ CMA/FCA, “Memorandum of Understanding between the Competition and Markets Authority and the Financial Conduct Authority”, June 2014

⁵⁷ CMA/FCA, “Memorandum of understanding between the Competition and Markets Authority and the Financial Conduct Authority – concurrent competition powers”, Dec. 2015

⁵⁸ CMA/FCA, “Memorandum of Understanding between the Competition and Markets Authority and the Financial Conduct Authority on the use of concurrent powers under consumer protection legislation”, Jan. 2016

4. 業界の反応

英国保険協会（ABI）の関係者は、2015年12月に行ったインタビューにおいて「市場競争の規制機関が複数あることは煩雑なため、ABIは規制機関をFCAに統一するようにロビー活動を行っている。」と述べた。一方で個人的な見解として「CMAの個人向け自動車保険の市場調査では、保険会社だけではなくクレジットハイヤー会社や自動車整備工場も調査している。同様にCMAの民間医療保険に関する市場調査⁵⁹でも保険会社だけではなく民間病院に対しても調査が行われている。CMAの市場調査はFCAの市場調査とはアプローチが異なり、CMAとFCAの間で役割の整理はできていると思う。」と述べた。

FCAの損害保険の規制の担当者は、2015年12月のセミナーにおいて「FCAの競争上の権限は消費者利益の観点から、市場において競争が阻害されていると思われる部分について行使されている。CMAとは非常に緊密に情報交換を行っており、競合的権限による混乱はない。」と述べている。

V. おわりに

FCAおよびCMAそれぞれの保険販売に関連した規制を紹介した。適用は2016年4月および8月であり、今後イギリスにおける損害保険の販売プロセスは現在より煩雑となることが予想される。実際の適用状況、消費者の反応等、今後も機会があればイギリスの損害保険市場における規制の動向を紹介したい。

⁵⁹ CMA, “Private healthcare remittal Provisional findings report”, Nov. 10, 2015