

家計保険と消費者

林 裕*

目 次

- I. 家計保険の概念
- II. 家計保険と生活設計
- III. 家計保険と販売チャンネル
- IV. 家計保険と消費者意識
- V. 家計保険の効用

I. 家計保険の概念

家計保険とは企業保険に対峙する概念であり、それは保険事象の経済学的分析を基準とする分類方法である。保険の経済学的研究は保険の価格たる保険料が経済の中でどのような位置を占めているのかというところまで遡って、保険を資本形態と消費形態、すなわち、企業保険と家計保険に分類するものである。したがって、保険料が資本循環との関わりから生じているものを企業保険、消費基金との関わりから生じているものを家計保険と定義するものである。換言すれば、企業保険における保険料の源泉は利潤の一部であり、家計保険の保険料の源泉は個人的所得である。企業保険の保険料は費用化されて支出されるが、それは企業利潤の転化形態であり、企業保険の対象となるリスクが資本損失である以上、いかに費用化されているとはいえ、それは利潤の蓄積分からの支出である。企業保険が対象とするものは利潤を生むこ

*熊本学園大学商学部 教授

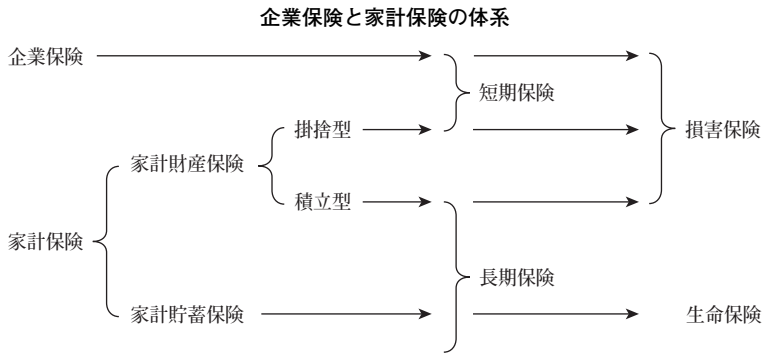
とを目的とする資本の再生産体系を脅かすリスクであり、家計保険のそれは所得を生むことを目的とする労働の再生産体系を脅かすリスクである³⁾。このことから、「保険の対象が人的であれ、物的であれ、保険ファンドの源泉が利潤の一部、つまり剰余価値である場合には、それは企業保険の性格をもち、反対に、その源泉が賃金その他個人的所得に基づく場合には、その対象が住宅、家財、家畜の損害の填補であれ、また人の生命及び労働力にかかわる自己の保障であろうと家計保険として位置づけられるもの³⁾」ということが出来る。

近代保険が企業保険としての海上保険に始まり、家計保険的要素をもつ火災保険がこれに続き、典型的な家計保険である生命保険が最後に登場したのは、資本の保険としての企業保険が徐々にその機能を家計保険の領域に伸ばしていった証である³⁾。保険の基本形態は損害保険であり、その本質は被保険利益の存在を前提とする損害填補にある。損害保険に対峙する概念である定額保険は、被保険利益や損害填補の概念が希薄化する一方で、これにかかわる貯蓄要素が介入し本質的部分を凌駕するに至っている。また、いまひとつの保険の基本形態は短期保険であり、企業保険が短期・掛捨て型を原則とするのは、その対象が企業財産であり、保険金額も保険料も客観的に規定されるからである。長期保険はそれより発展したものであり、保険期間を長期化することによって貯蓄要素が必然的に介入してくるようになる。企業保険と家計保険の関係も、家計保険は企業保険から発展したものと見える。家計保険の典型とも見える生命保険も、その萌芽期においては、身代金保険、奴隷保険、債務者の生命保険といった損害性と密接な関係を持っており、保険期間も短期であったという意味で、損害填補の概念をもつ損害保険の基盤から成長を始めたものであるといえる⁴⁾。ところが生命保険が海上保険から分離独立して独自の道を歩み出すと、損害性は希薄化し、生命保険の技術的特質から長期保険化し、そこに貯蓄要素が介入してくることになるのである。この

ように、家計保険の典型ともいえる生命保険は損害保険の母胎から誕生し、今日の特徴である貯蓄要素を兼ね備えるに至ったことは、基本形態から派生形態へという歴史的・論理的発展のたまものである。

ところで、企業保険においては、一定の確率によって発生する偶然的損害の大きさを客観的に評価することによって保険金額の大きさが規定されるので、その分担部分である保険料もこれによって厳密に規定される。すなわち、「企業保険においては、危険発生の際に填補されることを要する金額の最高限度を決定するものは問題となる資本財の価額である。したがって、社会が必要とする保険基金の総額は、これら資本財の社会的総額に危険発生の蓋然率を乗じたものと等しいこととなる。ゆえに企業保険においては、偶然的損害の蓋然的な大きさが保険基金の社会的な大きさを規定し、したがって、その分担部分たる保険料の大きさもこれによって客観的に規定される。」⁹⁾ことになるのである。しかし、家計保険は保険金額の大きさが個々の保険料負担能力、すなわち家計所得の大きさによって規定されることになるので、きわめて任意性の強いものとなる。また、家計保険における任意性の背景の一つには、「家計が他の支出項目を犠牲にしなくては保険料の支払いがむつかしいという事情」¹⁰⁾も含まれている。企業保険の場合は資本を脅かすリスクに対して自らすすんで保険契約を締結するが、家計保険の場合は所得を源泉としている上に、将来財よりも現在財の方が好まれる傾向があるために、保険会社は契約者獲得にあたって相当の努力を強いられることになるのである⁷⁾。

さらに、家計保険は性質の異なる二つの範疇から成り立っている。ひとつは、家屋や動産などの偶然的損害に対処する家計財産保険であり、いまひとつは、生命保険に代表される家計貯蓄保険である⁸⁾。家計財産保険は保険料が消費基金から支払われることを除けば、企業保険とおおむねその性質を等しくするものであるが、家計貯蓄保険は貯蓄の一形態と捉えることができる。ただし、保険機構が用いられるところが一般の貯蓄とは異なるところである。



出所) 後藤泰二「現代流通と損害保険」, 糸園辰雄編著『現代資本主義と流通』所収,
ミネルヴァ書房, 1989年, 132ページ。

以上の点を整理すると、企業保険と家計財産保険が損害保険のことをさし、家計貯蓄保険が生命保険のことをさしているといえよう。企業保険と家計財産保険の目的は、偶然的損害によって生じた空間を填補するにすぎず、新たな社会的蓄積とはならないが、家計貯蓄保険においては新たな貯蓄増加が社会的蓄積に加えられていく点で、前二者とはその性質を異にする。

なお、積立型損害保険における貯蓄性は、損害填補を原則とする損害保険の理論とは別の次元から派生したものであり、それは家計保険としての範疇として成り立つものである。生命保険における貯蓄性・保険期間の長期化の根拠が、保険料の負担能力が家計所得の大きさに左右されるという家計保険性にあったことからすれば、「保険料の支払い源泉を家計に見出す住宅関係火災保険や動産保険、さらには傷害保険が貯蓄性を志向する積立型保険として開発され長期保険化していったのも、けだし故なしとしないのである。」⁹⁾すなわち、積立型損害保険は損害保険と生命保険という分類の次元ではなく、企業保険と家計保険という分類の次元において理解すべき商品なのである。

家計保険の持つ「任意性」、換言すれば、その「あいまいさ」は、家計保険が生成・発展してきた歴史的・論理的背景によるものであり、それはその

まま家計保険に接する消費者の意識のあいまいさにつながるものである。その意味で、家計保険に対する理解がどれだけ消費者に浸透するかは、家計保険を取り扱う保険業界、とりわけ販売チャネル担当者による保険思想の正しい普及に拠るところが大きいといえる。

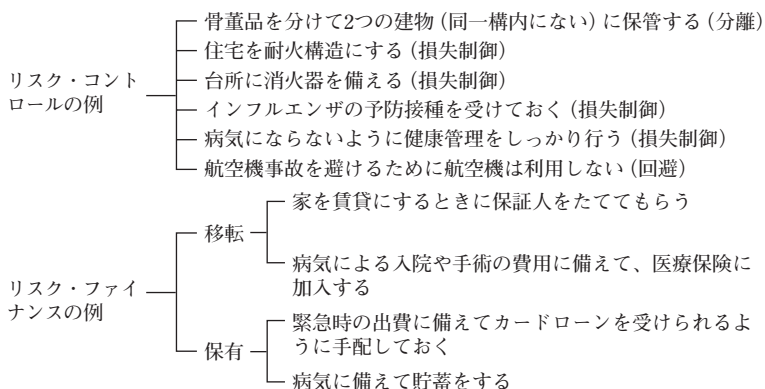
Ⅱ. 家計保険と生活設計

企業リスクも家計リスクも、その対象によって大別すれば、人的リスク・物的リスク・目に見えないリスク分類される。家計リスクにおける人的リスクとは家族の構成員の病気・ケガ・死亡、あるいは生存することによって派生する将来の経済的負担などであり、物的リスクとは家屋の損壊や自動車の破損に代表されるものであり、目に見えないリスクとは日常生活において生じる可能性のある損害賠償などを意味する¹⁰⁾。それぞれのリスクに関しては、例えば、人的リスクについては生命保険・医療保険・傷害保険などが対応し、物的リスクについては火災保険・車両保険・動産保険などが対応し、目に見えないリスクについては賠償責任保険が対応することになる。いま少し、ライフステージごとのリスクを整理してみると、家族形成期（20～35歳）には一家の大黒柱の死亡リスク、成熟期（35～60歳）には子供の教育資金・子供の結婚資金・住宅取得資金・老後の生活資金の準備といった経済的リスク、完成期（定年退職後～）には健康管理や老後の生活資金といった長生きのリスクが中心課題となる¹¹⁾。これに加えて、交通事故や火災といった全ステージに共通する家計リスクが潜在していることはいうまでもないことである。

家計リスクを生活設計の枠組みの中で考えてみると、生活設計が「過去－現在－未来の時間的連続性の中で、『ライフデザイン－資源マネジメント－リスクマネジメント』の三つの領域によって構成されるもの」¹²⁾と考えられていることから、家計リスクマネジメントの重要性が理解される。すなわち、生活設計においては、将来の夢や目標を描き、そのために必要な生活資源を

把握し、さらに将来の様々なリスクを発見し評価・処理するプロセスが求められることになるのである。特にこれからの生活設計においては、将来遭遇する可能性のある様々な家計リスクに備えるためのリスクマネジメント能力が問われることになるのである。日常生活に潜在する様々なリスクについて、リスク処理の必要性を認識し、適切なリスク処理手段を選択するためには、家計リスクマネジメントにおけるリスク処理手段としての、リスク・コントロールとリスク・ファイナンスの重点配分が検討課題となるのである。

家庭のリスクの処理技術



出所) 赤堀勝彦『リスクマネジメントと保険の基礎』, 経済法令研究会, 2003年, 49ページより。

家計リスクの処理手段であるリスク・ファイナンスとして最も有効なものが保険商品の購入である。一般的に、損害保険の場合は自分が被るリスクを認識しやすいので、加入目的は比較的明確であろうと思われる。火災に備えるためには火災保険に、自動車事故に備えるためには自動車保険にといった具合である。ただし、自由化の進展に伴い、かつてのような同一商品・同一料率の時代から、近年では各保険会社ごとに補償内容・サービス内容・保険料率が異なってきており、保険商品の選択にあたっては慎重を要するように

なっている。「たとえば自動車保険を考えた場合、保険サービスは単なる経済的損失の補償という金銭の支払いだけではなく、被害者との交渉といった人道的・法律的苦痛をともなう保険クレーム・サービスといったプロセスを有している」¹³⁾ところが、他の金融商品とその性質を大きく異にしている点だからである。また、損害保険の商品選択あたって、いまひとつ考慮すべきは、掛捨て型と積立型のいずれを選択するかということである。「掛け捨て嫌いで貯蓄好き」という国民性を反映してか、損害保険の主力商品においては、いずれも貯蓄要素を兼ね備えた商品が提供されているからである。

これに対して、生命保険の場合はおよそ9割という世帯加入率を誇りながら、加入動機・加入目的ともにあいまいな場合が少なくない。加入動機としては「セールスマンにすすめられたので」という受け身の姿勢がかなりのウエイトを占めているのが現状である¹⁴⁾。生命保険はその本来的効用が死亡保障であるために、そのニーズが潜在化しがちになるという特徴がある。それに加えて、長年に亘って生命保険を貯蓄の一種として販売してきた傾向も、保障ニーズが顕在化しなかった一因ではないかと思われる。生命保険は定期付終身保険に代表される伝統的商品中心の販売体制が長く続いてきたが、少子高齢化に伴う「長生きのリスク」や、バブル崩壊後の逆ざや現象にみられる長期固定金利型商品の限界など、その商品政策も転換期を迎えている。家計保険の中心である生命保険商品であるが、損害保険同様に商品選択の目を養う必要性が問われている。

直近加入契約（民保）の加入チャネル (%)

平成18年調査（平成13～18年に加入）	
生命保険会社のセールスマン	66.3
家庭に来るセールスマン	51.0
職場に来るセールスマン	15.3
通信販売	9.1
インターネットを通じて	1.8
テレビ・新聞・雑誌などを通して	7.3
生命保険会社の窓口	2.1
銀行・証券会社を通して	3.3
銀行を通して	3.1
大手銀行の窓口や銀行員	1.2
地方銀行，信用金庫，信用組合の窓口や銀行員	1.7
信託銀行の窓口や銀行員	0.2
証券会社の窓口やセールスマン	0.2
保険代理店の窓口やセールスマン	7.0
勤め先や労働組合等を通して	5.2
その他	6.1
不 明	0.9

出所) 生命保険文化センター『生命保険に関する全国実態調査』，2006年，67ページより作成。

直近加入契約（民保）の加入理由（要因別）（複数回答） (%)

	商品要因	加入機関 (会社)要因	セールスマン要因	その他	不 明
平成18年度	51.0	23.4	47.2	17.4	0.7

出所) 生命保険文化センター『生命保険に関する全国実態調査』，2006年，63ページ。

生活設計のマイナス要因とでもいうべき家計リスクの問題を考えるにあたっては、まず、潜在しているリスクを発見し、それぞれのリスクに対していかにして保険商品を有効に結びつけるかを検討する必要がある。財産の三大要素（お金・不動産・保険）のひとつである住宅リスクや、生活用具としての自動車リスクに対して、どのような損害保険を活用するか、また、それ

ぞれのライフステージにおいて特に何に対して重点的に生命保険を用意するかといった点が検討課題となる。なお、生活補償（保障）に必要な保険商品をすべて購入するとすれば、その保険料負担は相当家計を圧迫することになる。その結果、保険料の支払いに耐えられずに解約にいたり、保険商品を有効活用する機会を逸してしまう場合もある。したがって、保険商品の購入にあたっては、リスクに優先順位をつけ、必要の度合いの大きなものから補償（保障）の確保に努める心構えが必要である。生活設計におけるリスクマネジメントの重要性は、家計リスクの存在を認識し、それに備えるためのリスク対策を考えることによって、将来の生活目標の達成をより明確にするところにある。家計リスクが現実のものになると、現在あるいは将来の生活設計の見直しを余儀なくされることになるので、そりようなリスクの発生に備えて、どのリスクにどのような保険商品をあてはめていくかが、生活設計の大きな柱になるのである。

Ⅲ. 家計保険と販売チャネル

生活設計に支障をきたす要因となる多様な家計リスクに対応する手段としての保険商品の選択は、十分な商品比較に基づく主体的な行動が期待されるところであるが、実態としては加入理由におけるセールスマン要因にみられるような受け身の姿勢が見てとれる。保険商品の複雑さが消費者の理解を困難にしていることや、多くの人が金融・保険に関する知識を修得しないまま社会に出ている現状や、保険料が家計所得に依存していることから支払いが後順位になることなどが理由としてあげられる。さらにいえば、その背景は、わが国の国民性にみられる契約観や確率論的思考の欠如、保険制度を受け入れてきた社会的・文化的要因にまで遡及している¹⁵⁾。このような消費者の現状を考えれば、保険商品の販売に携わる販売チャネル担当者の果たすべき役割の重要性は、あらためて説くまでもないことである。保険をめぐるさまざま

まなトラブルは、消費者の保険知識不足と販売チャネル担当者の説明不足が相俟って生じる場合が少なくないからである。

保険の販売チャネルは、人的要素の大きな、営業職員、代理店、保険仲介人、保険ショップ、銀行窓販、郵便局を介するものと、人的要素を排除した、DM、TVCM、新聞広告、雑誌広告、インターネットを介して消費者自らが申し込む方法とに大別される。前者は販売チャネル担当者が直接消費者と向き合う保険本来の対面販売であり、後者は保険料の低廉化を販売戦略のひとつに掲げたものである。後者については、保険知識の乏しい消費者が、重要事項を見落としのまま契約締結に至るおそれが拭えない部分がある¹⁰。保険という商品は他の金融商品とは異なり、契約締結後のサービスもまた重要である。生命保険であれば、定期的な保険プランの見直し、損害保険であれば適切な事故処理などである。いずれも営業職員や代理店といった販売チャネル担当者が直接かかわることなので、保険契約者との十分なコミュニケーションが求められるところである。

保険という商品は保険事故の発生によってはじめてその効用を実感できる商品なので、この人的サービス要因の与える影響は大きいものがある。契約時には予想していなかったようなサービスを受けることで、新規契約者が追加契約に応じたり、その保険契約者を通じて新たな保険契約者を獲得することも可能になるからである。これまでの保険業界は量的拡大を中心とした経営目標を掲げてきたが、現在では消費者ニーズに応える商品開発、募集秩序の確立、オーダーメイドの保険契約に努めるようになってきた。飽和状態にある家計保険市場においては、新規契約者の獲得よりも、むしろ既存契約者の維持が重要課題となっているからである。後を断たない保険トラブルの発生を考えると、保険の販売チャネル担当者に求められる課題は、消費者に対する人的サービスの重要性であり、説明責任の重要性である。特に、消費者と販売チャネル担当者とのファーストコンタクトが重要な局面となる。保

険契約の大前提である、消費者の立場に立った契約時から保険期間満了時に至るまでのコンプライアンス体制の確立はいうに及ばず、消費者との双方向のコミュニケーションに基づく信頼関係の構築こそ不可欠である。そこでは、消費者の商品知識や財産状況、ニーズやリスクに見合う保険商品の提示が求められるのである¹⁷⁾。このような対応を通じて、消費者に満足感を与え、新規契約者として獲得するためには、契約時のコンサルティング能力が問われることはいうまでもないことであるが、契約締結後の契約維持のための対応能力の向上も必要である。販売チャネル担当者の資質の向上が求められるゆえんである。

ところで、これらの保険の販売チャネルの中で、保険商品の銀行窓販全面解禁をうけて、今後、保険業界に対して大きな影響を与えることになる、販売チャネルとしての銀行に関して若干付言しておくことにする。銀行にとっての保険販売のメリットはいうまでもなく手数料収入の増大である。また、消費者にとってはワンストップショッピングによる利便性が謳われている。しかし、その反面で銀行が保険を扱うことによって保険の質が維持できるのかという懸念もみうけられる。保険という商品は銀行がこれまで取り扱ってきた金融商品とは異なり、説明に時間を要する商品である。したがって、銀行の窓口で通常の金融商品を取り扱ったかわりで十分な説明時間を割くことは困難であることから、保険商品を取り扱う別窓口を設けることになる。保険商品の質を維持するためには銀行の店舗内に保険専門の独立代理店を構える方法もあるが、この方法は代理店手数料が銀行収益に直接反映しないので、銀行にとってのメリットは希薄化することになる。このように考えていくと、保険販売の基本が対面販売であることからしても渉外行員による保険商品の販売が中心になると思われる。

しかし、保険商品は銀行が扱ってきた従来の金融商品とは異なり、売りさえすればいいというのではなく、販売後の人的サービスも重要となる。ま

た、保険商品はリスク性商品であることを十分認識しておく必要がある。保険販売に起因するトラブルによって本業の銀行の信用まで損ないかねないからである。保険商品の銀行窓販に関する懸念は以下のように要約される¹⁸⁾。既存の保険の販売チャネル同様に、行員に対する十分な社内教育と行員自身の資質の向上が求められるところである。

1. 生命保険販売員は、見込客の生活設計相談者でなければならない
2. 生命保険の販売は見込客が保険に加入して終わりではない
3. 販売員は見込客の危険選択者である
4. 保険金を支払っても、販売員の仕事は終わらない

Ⅳ. 家計保険と消費者意識

家計保険に対する消費者意識のあいまいさは、加入動機が受け身であるところにも見出されるが、バブル崩壊後に相次いだ保険会社の経営破綻や、近年では保険金の不払いや支払い漏れによる保険不信によって、消費者の保険を見る目が厳しくなっていることは指摘されている。また、護送船団方式の時代から自由化の時代になり、金融商品や保険商品の選択にあたって、消費者の自己責任が問われるようになってから、消費者の意識が以前よりも向上したともみてとれる。しかし、保険、なかでも生命保険に関しては、消費者は販売チャネル担当者を介して加入動機を顕在化させている傾向が強い点で、いまだ、積極的に保険知識を修得しようとはしていないともいえる。生命保険の世帯加入率がおよそ9割とはいえ、加入率と保険思想の普及の度合いは必ずしも一致していない。保険制度が外国からの輸入という形で始まったこともあり、その創業期は「資本主義化に歩調を合わせる形において保険思想の自生現象がみられたイギリスなどの国々とは異なり、わが国では、近代生命保険業の創業者たち－たとえば、阿部泰蔵、片岡直温－による積極的な保険思想の普及によってのみ、保険思想の発生が可能であったと考えて良いの

である。]¹⁹⁾この点は、今日においても、基本的な保険への接し方は変わっていないようである。

保険は確率論に基づく合理的な経営の上に成り立っているものであるが、「保険取引では、将来財としてのリスク保障が、保険料を対価として売買される。その保障は無形財であり、それが現実の保険金支払という形をとるための条件が明確に規定されなければならない。」²⁰⁾その取り決めを厳格に規定したものが保険約款である。しかし、保険約款がほとんど読まれていない現状を考えると、現実の保険契約において、この保険約款に記載されている内容が、契約の諾否の決め手になっていることはほとんどないのではないかとと思われる。したがって、保険約款の支払い対象からはずれるような保険事故が発生すると、「なんとかならないのか」という感情論に訴えることになるのである。保険はその補償（保障）機能から「助け合い」というイメージで捉えられることが多いが、保険における助け合いとは保険団体における保険料と保険金との間に存在する「技術的助け合い」であって、人的要素が介入する文字どおりの助け合いではない。保険は保険約款や関連法規に厳然と拘束される契約である。いまいちど、保険は契約であるということをきちんと認識する必要がある。

このような消費者の現状を考えると、しばしば説かれるのが保険教育の必要性である。「学校における保険教育のあり方を考えた場合、その基本としては、保険の仕組みに関する正しい知識と理解を学ぶとともに、社会生活における様々なリスクを想定し、それに対処し得る能力を養うことが大切であると考えられる。」²¹⁾しかし、学校教育の現状を考えれば、保険教育に時間を割くことは困難であろう。「保険は放任しておいても大衆、住民、消費者が積極的に知識を求めて集まってくるといった段階にはいまだなく、その社会教育も“手取り足取り”の状況である。だからといって保険に関して“知らしむべからず、依らしむべし”などがあっては絶対に不可である。」²²⁾近年、

消費者保護との関連で各保険会社のディスクロージャー資料は充実がはかられている。また、保険会社の健全性の指標としてのソルベンシーマージン比率も公表されているが、消費者自らが保険会社の経営状態を判断するのは困難であろう。この点からも、保険知識の修得の場は社会教育、消費者教育の場に求めざるをえないのである。

家計保険は極めて任意性が強く、また家計リスクそのものが正当な評価が困難であることからして、消費者がいかほどの合理性を認識しているかは定かでない。むしろこの点に関しては、理論的には合理的に説明できる保険料の必要コストとしての性格が、いまだ「掛け捨て」として感情論で捉えられている点をも、保険制度への十分な理解が進んでいるとはいえない側面が多々みうけられる²³⁾。保険には科学的合理性から得られる納得感と実体験から得られる満足感があるが、消費者が直接感じるのは後者についてであり、前者についての認識は乏しいといえよう。この点からみても、消費者が家計保険に対して抱いているものは「漠然とした安心感」の域にとどまっていると思われる。保険の効用が実感できるのは、保険事故が現実発生し、経済的補償（保障）を受けたときである。このことが、「掛け捨て」思想につながり、家計保険への理解を困難にしている一因といえよう。

保険商品に対する主観的評価

保険商品の特徴	保険商品に対する価値評価の視点
科学性に基づく側面 統計・確率論に基づいた科学的合理性を有するリスクマネジメントの手段	経済的合理性——客観的（統計的）ロス期待値（発生頻度×平均損害額）に基づく保険料（コスト負担）の納得感
日常性に基づく側面 日常生活に密接した事故時のサービス	生活経営上の安心感・満足感——対象とするリスクに関する主観的必要度の認知 当該リスクを処理することによって生じる主観的満足感

出所) 上田和男編著『環境変化と金融サービスの現代的課題』, 白桃書房 2002年, 85ページ。

少子高齢化に伴う公的年金の財源問題や、公的医療保険・公的介護保険の自己負担増に対する不安も相俟って、自助努力としての私的保険へのニーズが高まりを見せているなか、負担している保険料は妥当な金額なのか、保険約款上に規定されている保険金支払条件は自分のニーズに見合ったものであるのか、いまいちど検討すべき課題は残っていると思われる。遺族の生活保障、老後の生活資金、病気やケガの備え、住まいや動産のリスク、自動車リスク、損害賠償リスクといったように、家計保険の補償（保障）範囲は多岐にわたっているので、家計リスクの分析と必要補償（保障）額の算定は、家計保険を有効に機能させるためにも、消費者にとって不可欠な要素となる。その助言をおこなうのが販売チャネル担当者の役割であり、両者はいわば表裏一体の関係といえよう。

V. 家計保険の効用

家計保険の直接的な効用は補償（保障）機能と貯蓄機能である。掛捨て型の家計財産保険における効用が損害填補原則にもとづく補償機能にあることは多言を費やさなくてもよいであろう。今日、企業保険も含めれば、多種多様の損害保険が存在しているが、根本的な部分は14世紀に誕生した海上保険と同様であり、種類の如何をとわず損害填補の厳格な適用に裏打ちされていることが、損害保険たりうる重要な要素だからである²⁴⁾。したがって、純粋な損害填補であるかぎり、支払われる保険料も家計からの消費支出となる。しかし、近年の火災保険の領域にみられるような、「時価填補から新価填補へ、比例填補から実損填補へ、そして価額協定保険の実現へという一連の過程は、家計における貯蓄部分からの保険料の追加的支出を余儀なくさせるものである²⁵⁾。すなわち、時価填補と新価填補の差額部分、比例填補と実損填補の差額部分は、それまで個人の貯蓄部分から支出されていたわけであるから、その差額部分に見合う保険料は家計の貯蓄部分から徴収されることになるか

らである。

一方、家計貯蓄保険ならびに積立型の家計財産保険における効用は、補償（保障）機能と貯蓄機能を合わせ持つところにあるが、貯蓄機能については見解を異にすべきである。家計貯蓄保険、すなわち生命保険の本来的な効用である死亡保障に貯蓄機能が加わった理由は、死亡リスクの性質に伴う保険期間の長期化、技術的には平準保険料方式の採用、さらには被保険利益の問題などから論理的に説明しうる。短期掛け捨てを基本とする損害保険とは異なり、生命保険においては確実に発生する死亡という保険事故を保障するために保険期間の長期化が不可欠であったこと、長期保険を実現させるためには自然保険料の平準化が必要であったことから平準保険料方式が考案されたこと、それによって自然保険料方式にはなかった全く新しい要素である純保険料の危険保険料と蓄積保険料との区分が生じて責任準備金の概念が導入されたことから貯蓄的要素が加味されたこと、さらには生命保険においては損害保険のように被保険利益の大きさを明確に評価することが困難であったことから、保険料負担額に任意性が生じて貯蓄要素の介入の余地が生じたことなどである。

これに対して積立型の家計財産保険、いわゆる積立型損害保険における貯蓄機能は、損害保険の原則よりも「掛け捨ては嫌だ」という消費者ニーズを優先して商品化されたものであることは周知のとおりである。損害填補を原則とする損害保険においては保険金額は保険価額を限度として客観的に規定されるので、保険料負担額も客観的に算出されることから、損害保険の本質的部分に貯蓄性が介入してくる余地はないのである。また、保険期間の長期化についても、これを合理的に説明する積極的理由はみあたらない。生命保険における確定的な死亡という保険事故とは異なり、何年たっても保険事故が発生しない家や自動車は無数にあるし、また使用年数が経過すれば事故発生率が高くなるということでもないからである。さらに、生命保険における

満期保険金は「生存という事実自体の偶然性と、生存による経済的必要性の発生が取引時点において予想されうる」²⁶⁾ところに、その合理性が認められるが、積立型損害保険における満期返戻金と損害保険性との間に論理的整合性が認められるかどうかという点も疑問が残る。では、積立型損害保険の貯蓄機能はどのように解釈すべきものであるかといえば、それは、新価填補、実損填補、価額協定保険にみられた保険料の家計の貯蓄部分への参入が、積立保険料という形でさらに一層進行したものとみることができる。このことは保険を貯蓄の一種と考える消費者意識に合致したものであり、積立型損害保険における貯蓄機能の存在意義はその家計保険性に見出されるのである。

補償（保障）機能と貯蓄機能という家計保険の直接的な効用に加えて、間接的な効用としての人的サービスもあげることができる。例えば、自動車保険の示談代行サービスは事故処理のための専門知識に乏しい当事者に代わって迅速な問題解決を行うことで、保険事故発生に伴う精神的な苦痛を緩和させることができるし、生命保険における保険契約期間中の保障の見直しや支払われた保険金の運用についてのアドバイスなども、保険知識や金融知識に乏しい消費者自らでは困難な場合が多いからである。消費者が期待している家計保険の効用は、ただ単に支払われる保険金の種類や金額だけではなく、保険契約期間全般にわたる販売チャネル担当者による人的サービスを含めての「補償（保障）の質」なのである。

最後に、家計保険の効用を考えるにあたっては、公的保険と私的保険の適切な組み合わせによるリスクマネジメントが肝要である。私的保険に依存するリスクはどの部分なのかを抽出することで、家計からの保険料負担を軽減させることができるからである。万一の病気については、公的医療保険でカバーされるのはどこまでか、私的医療保険で補わなければならない不足分はどこなのかという考え方である。公的保険である社会保険も、その対象が消費主体たる家計の構成員であり、保険料が家計から支出されていることを考

えれば、家計保険の範疇としてとらえることができる²⁷⁾。社会保険料まで含めれば、家計の保険料負担はかなりの割合を占めることになる。したがって、家計リスクに対する公的保険の保障範囲、私的保険の保障範囲、さらには個別の経済準備としての預貯金からの支払能力を総合的に勘案し、無理のない保険料負担を心がける必要がある。家計リスクが具体化した場合に備えて、最小の費用で最大の効用を得るための対策を考えることが、リスクマネジメントの基本姿勢だからである。

注

- 1) 佐波宣平『保険学講案』、有斐閣、1951年、153～154ページ。
- 2) 笠原長寿『保険経済の研究』、未来社、1973年、62ページ。
- 3) 金子卓治「保険資本について」、『経営研究』第40号、1959年、75ページ。
- 4) 近藤文二「生命保険の原型」、『保険学の論理と現実』所収、成文堂、1965年、19～25ページ。
- 5) 馬場克三・後藤泰二『保険経済概論』、国元書房、1977年、21ページ。
- 6) 佐波宣平、前掲書、110ページ。
- 7) 金子卓治、前掲論文、76ページ。
- 8) 馬場克三・後藤泰二、前掲書、22ページ。
- 9) 後藤泰二「現代流通と損害保険」、糸園辰雄編『現代資本主義と流通』所収、ミネルヴァ書房、1989年、131～132ページ。
- 10) 宮道潔『リスクマネジメントと保険』、税務経理協会、1996年、4～5ページ。
- 11) 石名坂邦昭『ファミリーリスク・マネジメントと保険』、白桃書房、1999年、47～63ページ。
- 12) 藤田由紀子「多選択肢時代の生活設計を考える」、『JILIFORUM』No.8、生命保険文化センター、1998年、26ページ。
- 13) 後藤茂之「リスクマネジメントの現代的課題」、上田和男編著『環境変化と金融サービスの現代的課題』所収、白桃書房、2002年、85ページ。
- 14) 生命保険文化センター『生命保険に関する全国実態調査』、2006年、63ページ。
- 15) 田村祐一郎『社会と保険』、千倉書房、1990年。田村祐一郎『掛け捨て嫌いの保険思想』、千倉書房、2006年。水島一也編著『保険文化』、千倉書房、1995年、参照。
- 16) 拙稿「保険業とホスピタリティ」、『熊本学園商学論集』第12巻第1号、2005年、参照。
- 17) 日本損害保険協会『募集コンプライアンスガイド』、2007年、10ページ参照。
- 18) 安井信夫『生命価値とニードセールス』、保険社、2006年、166～167ページ参照。

- 19) 佐藤保久『資本主義と生命保険マーケティング』, 千倉書房, 1996年, 53~54ページ。
- 20) 水島一也「日本人の保険文化」, 水島一也編著所収, 前掲書, 6ページ。
- 21) 稲葉浩幸「高等学校における保険教育の現状と課題」, 『保険学雑誌』第577号, 2002年, 55ページ。
- 22) 庭田範秋『保険教育論』, 好学社, 1985年, 136ページ。
- 23) 拙稿「家計リスクと保険制度」, 国民生活センター『国民生活 平成19年8月号』, 2007年, 8~9ページ。
- 24) 石田祐六『損害填補の理論及びその実態』, 風間書房, 1960年, 33ページ。
- 25) 後藤泰二「最近のわが国火災保険の動向」, 『西南学院大学商学論集』第36巻3・4合併号, 1990年, 66ページ。
- 26) 水島一也「積立型損害保険をめぐる問題」, 『国民経済雑誌』第158巻第2号, 1988年, 15ページ。
- 27) 佐波宣平, 前掲書, 154ページ。