

## 「生命保険はだれのものか」

出口治明(著)

ダイヤモンド社 2008年11月28日刊

本書は生命保険業界に30年以上も関わってきた、この業界の第一人者による生命保険入門書である。業界関係者が書いた本にありがちな、自己弁護と思い込みは無く、業界の問題点や今後の展望についても率直に書かれており、生命保険の現状を鳥瞰するには最適の一冊である。

著者によれば、日本は世界有数の生命保険大国であり、その特色は、(1)強力で高コストの1社専属の女性セールスからなる販売チャネルによって普及し、(2)そのビジネスモデルを維持するために、手数料の高い商品をつくらうとするインセンティブが生命保険会社に働き、(3)他社との情報比較をしにくくするような複雑な商品を作り出した、ということにあるようだ。

同時に、生命保険が普及するためには、(1)高度成長、(2)人口増加と平均寿命の延び、(3)専業主婦が多い、(4)貯蓄性向が高い、(5)企業への保険セールスの浸透、(6)税優遇、などの社会経済的背景があったことは広く認識されている通りである。

その結果として、極めて複雑な生命保険商品が販売され、契約でカバーされている保険を本人及び保険会社が把握出来なくなり、保険金の不払い問題が生じたとされている。また、主商品と抱き合わせ販売のような形式をとった生命保険商品は、本来、消費者のニーズから離れてしまっていることも指摘されている。

著者によれば、「船は1艘、家は1軒、命は1つ」と言って、普通の市民の相互扶助の思想のなかから保険制度が生まれてきたということである。21世紀の少子高齢化社会では高い経済成長はもはや見込めず、賃金も上昇するどころか、雇用の確保も危うくなってきている。このような状況では、様々なリスクに対処していく必要があり、寿命の不確実性に対応したセーフティーネットとしての生命保険に振り向けるべき資源は限られるだろう。

ちなみに、著者は、生命保険は消費者のものであるという原点に立ち返って、本当に消費者が必要としている生命保険を販売することを目指して、インターネット上の生命保険会社、ライフネット生命を立ち上げて目下奮闘中である。