

「アカウント型保険」の導入と課題

江 澤 雅 彦

．はじめに

1986年4月2日付の日本経済新聞朝刊に、わが国大手生保会社である明治生命保険相互会社（以下、明治生命と記す）の米国子会社がユニバーサル・ライフ保険（Universal Life Policies）の販売に踏み切る旨の報道が行われた。同保険は1979年に米国生保市場に登場し、1980年代初頭の超高金利を背景にして急速に新契約を増加させ、当時主流であった終身保険のシェアを侵食し主要商品となっている。1980年代後半以降、高金利状態が沈静化するとそのシェアは低下したが、一方で1980年代半ばに登場した変額ユニバーサル・ライフ保険が1990年代における空前の株高を背景にして急成長することになった結果、（定額）ユニバーサル・ライフ保険と変額ユニバーサル・ライフ保険の新契約に占める合計シェアは2000年以降、50%を上回っている。2001年、2002年は株式相場の低迷により変額ユニバーサル・ライフ保険のシェアが低下したものの、（定額）ユニバーサル・ライフ保険がもち直した結果、ユニバーサル・ライフ保険全体としての地位は引き続き高い水準となっている（表1参照）。

前述の「新聞記事」から14年を経た2000年4月、同社は従来の主要商品である定期付終身保険を「売り止め」にした上で、「3年ごと利差配当付利率変動型積立終身保険」（「ライフアカウント L.A.」以下、L.A. と記す）を新規導

表 1 個人生命保険新契約の保険種類別マーケット・シェア

(保険料ベース：単位%)

	1998	1999	2000	2001	2002
ユニバーサル・ライフ保険	20	19	17	22	28
変額生命保険	3	3	3	2	1
変額ユニバーサル・ライフ保険	25	28	34	31	23
定期保険	19	21	22	21	22
終身保険	33	29	24	24	26
合計	100	100	100	100	100

(出所) LIMRA, *U. S. Annual Individual Life Insurance Sales*, 各年版。ただし、2001年と2002年は、年払換算保険料 (Annualized Premiums)。

入した。この商品は就職、結婚、出産、子育て、子供の独立、老後といったライフステージの変化に沿いながらも、「生涯一契約」を目指すことがねらいとなっている。その特徴は、既存の商品にはみられなかった「アカウント」の考え方に求めることができ、近年これに追随する会社もいくつか出てきた。本稿で「アカウント型保険」と呼ぶのは、明治生命の同商品を含むその後登場した一連の商品群を指す。明治生命が同商品を企画・開発する前提として、20年近くに渡るユニバーサル・ライフ保険の調査・検討が行なわれていた⁽¹⁾。後述するように、キャッシュ・バリュー（主契約）と保障（特約）を明確に分離する（アンバンドリング）というユニバーサル・ライフ保険の特徴が「アカウント型保険」にも取り入れられている。

本稿では、この明治生命の新商品を中心に、わが国生保市場における「アカウント型保険」導入の背景、また同保険の導入が、生保経営、契約者利益の観点からどういった意義を有し、また今後どのような課題が残されたかといった点について考察していきたい。

・「アカウント型保険」導入の背景

（１）定期付終身保険の停滞

低金利・株価の低迷が続き、可処分所得の増加が見込めない状況の中で、1997年4月の日産生命の経営破綻が直接的契機となり、いわゆる「生保離れ」が続いている。1997年以降新契約高はほぼ減少を続け⁽²⁾、保有契約高も1997年度以降減少の一途をたどっている。解約・失効率も1997年度2桁（10.6%）に急増し、その後も8%付近を推移する事態となっている。総資産は1998年度の191兆円をピークに減少傾向にある⁽³⁾。こうした局面において保険料を引き下げるための努力が払われた。1つが1996年に発売された「5年ごと利差配当付保険」で、これは予定利率以外の基礎率を無配当保険の水準としたものである。同保険においては、利差配当の還元を5年ごとの実績で行うことから、予定利率が有配当保険におけるそれより高い利率（2.9%）に設定された。今1つの努力が「高額割引制度の導入」である。一般に、付加保険料は保険料比例と保険金額比例の組み合わせで賦課されていたが、一定額以上の保険金額の契約に対して割引を行なう仕組みが新たに始まった。

こうした新しい試みがなされたが、保険の仕組みは依然として、定期付終身保険が中心であり、死亡保障特約や医療保障特約を付加するレベルで商品の多様化が図られた。

表2は、最近の個人保険新契約高における定期保険、養老保険、定期付養老保険、終身保険、定期付き終身保険の占率（単位は%）を全社ベースで示したものである。同表から読み取れることは、第1に、わが国生保市場における「定期化現象」である。この5年間で定期保険の占率は2倍近くになっている。長引く景気低迷の中で所得の伸びも期待できない状況の下、消費者が安価な死亡保障を求めていることが分かる。たとえば米国でも80年代初頭、個人保険新契約高における定期保険の占率が50%を超えるといった現象がみられた。

表 2 個人保険新契約高におけるシェア

年度	1997	1998	1999	2000	2001
定期保険	13.7	14.8	16.5	19.6	25.0
養老保険	3.5	3.8	2.9	2.7	2.2
定期付養老保険	2.5	2.2	2.4	1.9	1.7
終身保険	5.6	7.6	6.4	6.7	5.3
定期付終身保険	55.9	50.6	51.2	45.7	22.1
利率変動型積立終身保険	—	—	—	—	20.3

(出典) (財)生命保険文化センター『生命保険ファクトブック』各年版

ただそれは現在の日本における要因とは大きく異なっている。すなわち、当時の高金利の下で、米国の消費者は、貯蓄機能と死亡保障機能を併せ持つとされる終身保険ではなく、死亡保障機能のみを有する定期保険を生保会社から購入し、余剰資金を他業種の金融機関から高利回り金融商品に振り分ける行動に出たのである⁽⁴⁾。

読み取れる第 2 点は、定期付終身保険の通減傾向である。2001 年度から利率変動型積立終身保険—これが本稿のテーマである「アカウント型保険」に当たる—という項目を設け、定期付終身保険から分離したため、同年度において定期付終身保険の占率は前年度の半分近くに減少した。この点を考慮したとしても、1997 年度から 2000 年度にかけて、定期付終身保険の占率は 10 ポイント以上減少した。1881 年に始まるわが国の生命保険制度において、その主要商品は、終身保険→養老保険→定期付養老保険→終身保険→定期付終身保険と変遷してきた⁽⁵⁾。そして最近の顕著な傾向として、「疾病保険」が伸びていることが指摘できる。商品の性格上、保険金額ベースでは業績の伸展が現れにくい、新契約「件数」では 1998 年から 2001 年にかけて、占率首位となっている⁽⁶⁾。わが国では「国民皆保険」体制の下、健康保険あるいは国民健康保険等によりすべての国民が少なくとも一定の自己負担で保険の現物給付を受けることができる。しかし、自己負担が「社会保障財政健全化」の名のもとに増額されたり、

公的保険の対象となりえない医療の範囲が拡大される等、家計自らが資金準備をする必要も増している。また供給者である保険会社がこの市場に大きなビジネス機会を見いだしているという事実がある。疾病保険に傷害保険と介護保険を加えたいわゆる「第3分野の保険」については、従来存在した生・損保会社間の業務範囲規制が2001年から撤廃され、外資系会社も含めた保険業界全体で品揃えが進められ、積極的な販売活動が展開された。

定期付終身保険を主要商品とする営業戦略にある種の「閉塞感」⁽⁷⁾が生じたのは、こうした新しく業績を伸ばす商品種類が登場したことに加え、1999年に集中的に行なわれた転換営業への一連の批判報道も一因となっている。明治生命が L.A. を発売するに当たってのニュース・リリースにも、「「本当にお客さまのニーズに応える商品・サービスとは何か」を徹底的に追求するところに発想の原点を置き、転換を伴うことなく（下線筆者）、保障の見直しを柔軟に行うことが出来る「生涯一契約」商品を実現しました」⁽⁸⁾、とある。契約転換営業への批判が新聞等に集中的に報じられ、そこから脱する必要が生じた。どういった批判であったか、次にその内容を見ていくこととする。

（２）契約転換営業への批判

契約転換とは、既契約を解約しないまま、その契約の責任準備金を利用して同じ会社の新しい保険契約に加入することである。転換が契約者にとり有利であるか、あるいは不利であるかは状況によって異なり、一概に判断することはできない。確かに、契約転換には、旧契約の責任準備金が転換後の契約の保険料に充当されるため、新規加入する場合に比べ保険料負担は軽くなるというメリットがある。しかし予定利率の低い保険に転換すれば、保険料はその分上昇する。また、急激な保険料の上昇を契約者が望まないのであれば、転換当初の保険料を従前と同程度とし、一定年数経過毎に保険料を増やす「更新型」の契約も可能である。この更新型契約への転換において、更新後の保険料の上昇につき営業職員の説明が不十分であったり、まったくないという事例が報道され

た⁽⁹⁾。

また特に定期付終身保険においては、終身保険部分の保険料が予定利率の低下によって上昇し、定期特約部分の保険料が死亡率の低下等を反映して、低下しているという状況があり、契約者にとって転換後の負担が見えにくいものとなった⁽¹⁰⁾。転換後わずかの保険料増加で死亡保障総額が大幅に増加するが、実は終身保険部分が引き下げられていたり、あるいは保険料の支払期間が延長されていたりといった明らかな不正募集についても報じられた。また、転換契約が一般に継続率が高いといったデータにもとづき、転換営業に成功した場合、営業職員に相当額の「特別加算」が支払われているといったことも批判の対象となった⁽¹¹⁾。

こうした批判は、もちろん生命保険会社全体に向けられたものだが、定期付終身保険を売り止めにし、「アカウント型保険」をあらたに導入するという明治生命の判断の背景には、「定期化」を志向し始め、かつ十分な情報を提供しないままで行なわれた転換営業へ厳しい目を持ち始めた消費者の存在を見逃すことはできない。

（３）負債コストのコントロール

生保会社は予定利率＝負債コストに実際利回りが届かない、いわゆる「逆ざや」に苦悩している。表３は2003年３月末時点での大手生保７社（日本、第一、住友、明治、安田、朝日、三井）の個人保険・個人年金の予定利率と責任準備金を示したものである。表から予定利率の高い1981～1985年、1986～1990年の責任準備金減少率が低いのが目立っている。後述するとおり「アカウント型保険」は予定利率変動タイプであり、会社側は同商品導入により負債コストを管理し、「逆ざや」状態を抑制しようとした。しかしながら、表の数値が示すとおり、会社側のそうした意図が達成されたとは言い難い。

表 3 契約年度別責任準備金

契約年度	標準的な予定利率 (%)	責任準備金 (カッコ内は対前年比)
～ 1980	4.0—5.5	6 兆1,837億円 (▲8.9%)
1981～1985	5.5—6.0	9 兆1,548億円 (▲3.8%)
1986～1990	5.5—6.0	21兆1,509億円 (▲0.9%)
1991～1995	3.75—5.5	22兆4,474億円 (▲6.0%)
1996～2000	2.0—2.75	18兆1,624億円 (▲5.4%)
2001	1.5	3 兆3,699億円 (▲1.5%)
2002	1.5	3 兆5,963億円 (—)

(出典) 2003年 8月20日付日本経済新聞朝刊「生保逆ざや契約 7割」

・ 同保険の概要

本章では、L.A. の定款・約款をもとに、本商品の内容について検討する。

(1) 3つの基本的特徴

1) 保障部分と貯蓄部分の分離

従来の主要商品である定期付終身保険では、保険料のうち、保障部分に充てられる金額と貯蓄部分に充てられる金額の内訳が不明確であった。そこで L.A. では貯蓄部分を「アカウント」(積立金)として独立させ、その内訳を契約者自身が決められる工夫が施された。毎回の保険料は一旦アカウントに入り、その後そこから必要な保障のための特約保険料に充当され、残余分が利息を付されたうえで積み立てられる。したがって毎回の保険料より特約保険料の方が大きければ、蓄積されていた積立金を取り崩しながら保障を継続する。

2) 保障内容の自在性

「無理なく見直せる保険」,「卓越した自在性」といったキャッチ・フレーズが、同社によって刊行された『ライフアカウント L.A. がわかる本』にも謳われている。L.A. においては毎年 1 回保障内容を見直すことができる。L.A. における基本的イメージは、在職中(現役サラリーマン)に毎回の保険

料を払いながら、その間の医療保障、遺族保障は特約によって準備する。その都度、一時投入保険料や一部解約（アカウントからの引き出し）により保障額を増減させることができる。保険料の払込みが終了（退職時）すると、アカウントに蓄積された積立金を、終身死亡保障、終身医療保障、終身介護保障、年金、あるいは一時金として使用することが可能である。

3）年次報告書の送付

同商品においては、ライフステージに応じた見直しが前提とされており、契約者にとり常に自分の契約内容を把握することが必要である。そこで年1回、年次報告書が契約者に届けられ、その時点での保障内容や保険料の内訳、アカウントの積立金額の推移が説明される。こうした年次報告書送付により、この保険商品の透明性が高まり、これが契約者利益の増大に相当の意義があるといえる。すなわち、自らの支払った保険料がどのように分解され、貯蓄部分がどう積み立てられていくかが定期的に報告されれば、1度契約すれば後は契約内容さえ忘れてしまいかねないという現状が改善に向かうと予想されるからである。

（2）主契約

1）2つに区分される保険期間

保険期間は、第1保険期間（保険料払込期間と同一）と第2保険期間（第1保険期間満了日の翌日から終身）に区分される。第1保険期間において主契約のことを「アカウント」と呼んでいる。保険料計算の基礎率の1つである予定利率は、契約締結後3年ごとの契約応当日および第2保険期間開始日に変動する。予定利率は、国債の過去の平均利回り等を基準に明治生命が決定するため、その時点の市中金利を必ずしも反映したものとはならない。ただし保険期間を通じて一定の最低保証利率が定められている（現在では1.5%）。

第1保険期間においては、払い込まれた保険料を3年ごとに予定利率を変更する仕組みで積み立て、被保険者が不慮の事故から180日以内に死亡したとき

には災害死亡給付金（積立金相当額×1.1）、災害以外で死亡したときには死亡給付金（積立金相当額）が支払われる。

第2保険期間においては、被保険者が死亡したとき、または第1級の障害状態に陥ったとき、死亡保険金または高度障害保険金（第1保険期間満了時の積立金と第2保険期間開始日に適用される予定利率等により計算）が支払われる。

2）保険料

契約日あるいは前回保険料変更時から1年以上経過している場合、同社が定める範囲内で保険料額を変更することができる（普通保険約款第32条）。また契約者は保険料払込みを終了した場合でも、終了時の積立金を活用して保障を継続することができる。その場合特約保険料は、払込期月の契約応当日に主契約の積立金から払込まれる。ただし、特約保険料が積立金の額を超える場合、保険契約はその払込期月の契約応当日から効力を失う。

3）一時投入保険料（普通保険約款第33条）

保険契約者は、第1保険期間中に一時投入保険料を払込むことができる。これにより主契約の積立金額が増加するので、その後の払込み保険料を減額したり、第2保険期間の死亡保険金額を大きくすることができる。ただし投入の時期は、契約日、契約日から3年ごとの契約応当日、特約更新時、保障見直し時期等に限られる。また、第1保険期間満了前5年間あるいは契約者貸付・自動振替貸付がある場合には投入できない。

4）主契約の一部解約

主契約の第1保険期間中には、積立金額の所定の範囲内で主契約を一部解約することができる。それにより第2保険期間の保険金額が引き下げられる。特に、主契約の第1保険期間中の契約日から3年ごとの年単位の応当日の属する月に主契約について一部解約をする場合、主契約の積立金額の30%までは、積立金相当額を返戻金として支払う。すなわち解約控除は行われない。

(3) 特約

1) 死亡・高度障害保障特約

上述の主契約に、以下の8つの特約を付加することにより、契約者およびその家族のライフステージに合わせた保障を準備しようと試みている。

- ・定期保険特約...一定期間、死亡・高度障害に対する保障を家族にとって必要な時期に重点的に提供する。
- ・定期保険特約(2年間災害保障型)...契約当初の2年間は災害による死亡・高度障害のみを保障することにより、割安な特約保険料で災害による保障を重視した若年層のための特約である。
- ・収入保障特約...被保険者が死亡・高度障害のとき、遺族の生活資金として毎年収入保障年金を提供するものである。
- ・逡減定期保険特約...特約保険金額が、特約保険期間の5分の1経過ごとに初年度の特約保険金額(基本保険金額)が10%ずつ逡減する。
- ・生存給付金付定期保険特約...契約日から起算して一定年数ごとに被保険者の生存を条件に給付金が支払われる。
- ・特定疾病保障定期保険特約...ガン・急性心筋梗塞・脳卒中に備えるための特約である。
- ・重度障害保障定期保険特約...所定の重度障害状態に備える特約である。
- ・介護保障定期保険特約...被保険者が公的介護保険制度にもとづき要介護度4あるいは5の認定を受けられたとき、または所定の要介護状態になったときに介護保険金を支払う。

2) 災害・疾病保障特約

災害割増特約、傷害特約、入院保障特約、災害入院特約、手術保障特約、女性医療特約、歯科治療特約、ファミリー定期保険特約、ファミリー保障特約等16種類がある。

3) 契約通算特約

同商品に独自の特約である。この特約は、L. A. を含め、それ以外にも契約者が明治生命の販売する保険種類を契約している場合、それらすべての契約について計算された「ポイント」に応じて、1年経過するごとに「特約給付金」、5年経過するごとに「長期継続特約給付金」を支払うものである。この「ポイント」は2種類あり、1つは当該 L. A. に付加された特約の保険金額および保険料の合計額に応じて計算された「基準ポイント」、今1つは当該 L. A. を含めそれ以外に契約者が明治生命と締結している保険契約すべてについて計算された「判定ポイント」である。これら給付金の金額は、「基準ポイント」に、「判定ポイント」に応じて会社が定める金額を乗じたものである。

この特約は、顧客単位で既契約を集計して給付金を提供（換言すれば保険料割引）しようとする考え方にもとづくものである。ただし、これについては生保業界で初というわけではなく、日本生命保険相互会社が1999年4月より開始した「ニッセイ保険口座」にすでに見られる。

4) 転換給付金

当該 L. A. が転換後の契約である場合、基準ポイントが同社の基準以上である等の条件を満たしているとき（換言すれば、当該 L. A. に定期保険特約等が付加されているとき）には、契約日から10年間にわたって毎年、転換価格に応じた「転換給付金」（転換価格の1%相当額、ただし上限あり）が支払われる。会社側からすれば、転換奨励を意図した規定である。

5) 障害状態による特別終身特約

本特約は2つの内容から成っている。第1に、主契約の第1保険期間中に所定の障害状態（第1級の障害状態（両眼失明他）、不慮の事故から180日以内に発生した第2級・第3級の障害状態）になった場合、保険料の払い込みを終了すること、第2に、その後第2保険期間開始時以降、被保険者が死亡した場合は死亡保険金を死亡保険金受取人に支払い、被保険者が第1級の障害状態

に陥った場合は高度障害保険金を被保険者に支払うこと、である（ただし、主契約の第 1 保険期間中に該当した第 1 級の障害状態と同一の障害状態を支払事由として保険金が支払われることはない）。

6）保障見直し制度（保障見直し特約）

特約を主契約に中途付加することにより、契約者のニーズの変化に対応しようとするものである。同制度の実施には、契約締結後または前回の保障見直し時から 1 年以上経過していること、保障見直し時に、被保険者に健康状態に関する告知を求めること、といった条件が課される。また見直しには「追加型保障見直し」と「複合型保障見直し」の 2 種類がある。前者は、すでに付加されている特約は変更せず、新たな特約を中途付加する保険見直しをいい、後者は、特約を中途付加する際に、同時に、すでに付加されている特約の全部または一部が消滅する保険見直しをいう。

この保障見直しにおいて契約者が注意すべき点を指摘したい。すなわち、既に付加されている特約と同一の特約を重複付加することは認められないという点である。たとえば定期保険特約が 3,000 万円分付いている契約において、さらに定期保険を 2000 万円分追加して合計 5,000 万円とすることはできないということである。この場合には、既契約の定期保険特約 3,000 万円は消滅させて（その際の返戻金相当額は、主契約の積立金に移管する）、あらたに 5,000 万円の定期保険特約を付けなければならない。保険料は、保険金額 5,000 万円全体に対し、中途付加起算日の被保険者の年齢・保険料率にもとづいて計算されるので、契約者の負担はこの取り扱いによって重くなる⁽¹²⁾。

7）更新特約条項（第 2 条）

特約の保険期間が満了した場合、更新しない旨の申し出がない限り、所定の期間、自動的に更新される。ただし、当該申し出は保険期間満了日の 2 ヶ月前までに行うものとする。また、更新前の特約の保険期間の満了日の 2 ヶ月前までに保険契約者からの申し出があれば、会社の定める範囲内で、特約の保険金

額，入院給付金日額等を変更して更新することができる。

・「アカウント型保険」発売の効果および今後の課題

（１）営業戦略の転換

以上検討してきたように，既契約者の側からすれば，本商品購入により転換なしで保障の見直しが可能であるが，同社が標榜するように「生涯一契約」を実現するには，営業職員が確実にいわゆるアフターサービスを提供する必要がある。同社の社史等によれば，この点に関しいくつかの事実が挙げられている。

第１に，営業職員による最低年３回の定期訪問によって，顧客が望む加入契約に関する情報提供と，コンサルティングの提供を定期的・継続的に行なう（いわゆる「L.A. アニバーサリー活動」）こととされた。また各契約者ごとの契約の状況について説明した年次報告書（いわゆる『ハッピーレポート』）についても，保険業界では「これを完全に遂行するのは無理だ」との声が強かったにもかかわらず，初年度には99%という届け率を達成したという⁽¹³⁾。

第２に，こうした活動を報酬面で裏付けるため，給与体系が改正されて，契約が続いている限り，一定の継続手数料を営業職員に支払うこととされたことである。その内容は，社史からは必ずしも明らかでないが，新聞報道⁽¹⁴⁾によれば，さらに抜本的な形で2003年５月，同社の営業職員の給与体系の見直しが行なわれた模様である。各営業職員が受け持つ契約者数等に応じて給与が増減する「契約継続給」が導入され，販売実績に関係なく支給される固定給はこれまでの４分の１程度に圧縮するという。営業職員が契約継続に向けた努力を払うインセンティブとなることを目指している。

第３に，販売組織についても，L.A. 発売に向けて支社職制が改正され，収益力の向上をキーワードに，より多くの良質契約の獲得と継続率を実現するため，間接業務に従事する人員を直接顧客に接する営業業務にシフトさせた。新

しく支社に配置されたスタッフのなかで、特に重要な役割を担うとされたのは、「営業教育部長」であり、支社における教育訓練業務全般の計画・実施にとどまらず、営業関係全般について指導や支援を行うなど幅広い任務が与えられた。

社史等における以上の記述をみれば、L. A. の導入を契機として、転換営業から脱し、既契約者サービス、新規開拓中心の活動を展開して行こうとする同社の意図を汲み取ることができる。その意味で「L. A. は明治生命にとって、営業戦略の転換をもたらす商品であった」といえよう。わが国の生命保険市場において、ある新しいタイプの保険商品が販売されることがきっかけとなって、営業体制が改められた事例をわれわれは戦後まもない時期にみることができる。すなわち、1946年10月の簡易保険法の改正により、小口、無診査、保険料月払の保険が民間生保会社にも解放されたときのことであり⁽¹⁵⁾。同保険の実施には、国営の簡易保険が全国の郵便局を拠点として堅固な基盤を形成しており、民間生保が後発者として成功しうるか否かという大きな疑問が抱かれていた。方法としては、従来の保険販売組織とは別個に、募集と集金を兼務の形で行なう体制—デビット・システム—を構築することが考えられた。種々の困難と障害により各社が躊躇する中、明治生命は業界に先んじて1948年11月、月掛け保険を開始した。当初は取り扱い範囲を限定して実験的に行なわれたが、次第に拠点も各都市に拡大され、デビット・システムは整備されていった。やがて他社も追随して業績を伸ばし、戦後の生命保険業発展の基礎が形成された。

約50年ぶりに、明治生命は再び21世紀型の新しい生命保険営業モデルの先駆けとなりえたか否か、その評価には今少しの時間が必要であろう。

(2) 今後の問題点

以上検討してきた「アカウント型保険」の商品性からみて、次のような問題点を指摘することができる。

第1に、「無理なく見直せる保険」、「卓越した自在性」といいながら、実際

に契約者が契約内容を変更しようとする場合、かなりの「限定条項」が付いている点である。たとえば、保険料の見直しは1年に1回であること、第1保険期間満了前の5年間の一時投入保険料は禁止されていること、無償での積立金引き出しは3年に1回、しかも30%が上限であること、また特約の保険金額の中途増額は、既契約を一旦消滅させたうえでいい、通常は割高な保険料の負担を求められること等が挙げられる。

第2に、話法において「転換給付金」が強調され、契約者がほとんど理解のないまま、通常、既契約より予定利率が低くなると考えられる転換を行ってしまうという危惧が感じられる点である。この給付金が、単に生保会社側にとって逆ザヤを解消するための手段に使われることのないよう、契約者への丁寧な説明が求められる。

第3に、予定利率が3年ごとに見直されることにより、会社にとっては逆ザヤが発生しにくいというメリットがあり、反対に契約者にとっては、第1保険期間が終了するまで、金利の動向次第で最終的にどの程度の保険金を受け取れるかが不確定となる。変額保険的な要素が一般勘定商品にもみられることとなったのは、契約者利益にとって大きな問題といってよい。

第4に、「アカウント型保険」のベースとなった米国のユニバーサル・ライフ保険との違いに注目する必要がある。後者の定義をあらためて挙げると「保険契約者によって死亡保険金額、保険料の額、保険料の支払時期が変更可能で、かつ支払保険料が、死亡保障費用、賦課費用、キャッシュ・バリュー充当分の3者に明確に分離され、かつそれが保険契約者に開示される終身保険の1種」である。「アカウント型保険」において貯蓄部分と保障部分の分離を目的にしたりした契約者は、さらなる明瞭性を求めて、実際に貯蓄や保障に回る部分の他に、賦課費用すなわち付加保険料についても関心をもつことになる。それらも開示して、価格競争を優位に進めるという戦略を考える必要はないであろうか⁽¹⁶⁾。

明治生命に続き、2001年3月には住友生命が「ライブワン」、4月には朝日生命が「保険王」、5月には会社更生法の適用を受けた千代田生命の受け皿会社であるAIGスター生命が「ユニバーサルライフ」という名称で、アカウント型の保険を発売している。それぞれ、基本的な考え方は同じだが、詳細をみると比較購入の余地がある。商品の構造として、明治生命と住友生命の商品は保障部分が特約となっているのに対し、朝日生命とAIGスター生命のものは、保障部分が単品に保険の組み合わせとなっている。したがって後者の方がやや契約者にとっての自在性が高いといえる。たとえば、予定利率の見直しサイクルは、明治生命、住友生命が3年、朝日生命が1年、AIGスター生命が1か月である。また積立金の無償引き出しは、AIGスター生命の場合、契約後3年経過すれば、積立金の10%以内で、年1回可能である。また住友生命の商品は、貯蓄部分の資金を同社が扱う損害保険や投資信託の間で希望に応じて自由に移動させることができる。今後運用対象がさらに充実すると、金融業態間の統合、提携が進められる中で、保障、貯蓄、投資についての「ワン・ストップ・ファイナンシャル・ショッピング」にも大きく道が開かれることになる。

いずれにしても、これら「アカウント型保険」は、その設計の自由度ゆえに、構造は従来の商品より複雑になった。契約者としても自分のニーズを明確にし、積極的に見直しをする必要がある。取り扱う会社も販売には相当程度熟練した営業職員を担当させ、継続的なサービス・情報提供が求められる。明治生命の2000年度決算によると新契約高が13兆3,610億円で、対前年度55.2%の増加と、大手会社の中で突出している（同比率をみると、日本生命▲4.2%，第一生命▲3.2%，住友生命▲15.3%と、上位3社がいずれもマイナスとなっている）。L.A. 投入による効果が明確に現れたと評価できる。

表4は、2001年度における「アカウント型保険」の業績である。6社の合計値の個人保険全体におけるシェアでみると、新契約件数で10.7%，新契約高で20.3%，保有契約件数で2.4%，保有契約高で5.5%である。新契約はもち

表4 「アカウント型（統計上は利率変動型積立終身）保険」の業績

（単位：件，百万円）

	新契約		保有契約	
	件数	金額	件数	金額
AIG スター	57,053	264	55,904	802
朝日	209,576	1,678	402,970	82,950
明治	370,837	8,173,142	1,239,597	39,900,845
三井	63,854	1,327,972	160,406	4,164,931
住友	459,014	11,385,053	775,437	24,433,385
マニユライフ	28,382	485,560	28,118	481,600
合計	1,188,716	21,373,669	2,662,432	69,064,513

（出典）保険研究所『インシュアランス生命保険統計号』平成14年版，p. 78，p. 82.

ろんのこと，発売後間もないにもかかわらず，保有契約で5%のシェアを占めているのは注目に値する。

（財）生命保険文化センターは，2000年5月から6月にかけて，全国の世帯員2人以上の一般世帯（標本数6,500）に対し「生命保険に関する全国実態調査」を実施した。同調査において，生命保険（個人年金を含む）の加入・追加加入意向があるか否かという質問に，「近く加入したい」と「余裕が出来たら加入したい」の合計が36.0%であった。したがって保障の見直しの可能性という「アカウント型保険」の特徴がアピールする潜在市場は，大きく開けているといえる。また「加入・追加加入意向あり」の割合は，世帯主の年齢が低くなるほど高くなっており，「34歳以下」層で6割前後となっている。家計における賃金の主たる稼ぎ手の「命の値段」が相当に高くなるライフステージであることを考えると，前述の「死亡保険金額の中途増額については，既契約を一旦消滅させる」といった内容を改定することで，さらに需要を喚起することができよう⁽¹⁷⁾。

- 注⁽¹⁾ 明治生命 [2003] p. 343.
- (2) 個人保険新契約高でみると、1999年度の109兆1,891億円から2000年度の109兆5,664億円へ若干の増加がみられる。
- (3) 個人保険新契約高と同様、1999年度の190兆329億円から2000年度の191兆7,306億円へ若干の増加がみられる。
- (4) 江澤 [2002] pp. 145-147参照。
- (5) この点の詳細については、江澤 [2003] pp. 247-250参照。
- (6) 各年度における新契約件数合計と3位までの商品種類およびその占率は以下のとおり。なお、1999年度より疾病保険は「その他死亡保険」に計上されている(財生命保険文化センター『生命保険ファクトブック』各年版参照)。
- ・ 1998年度...1,121万件... 疾病保険 (22.5%) 定期付終身保険 (20.7%) 養老保険 (12.5%)
 - ・ 1999年度...989万件... その他死亡保険 (24.9%) 定期付終身保険 (20.9%) 定期保険 (13.9%)
 - ・ 2000年度...1,019万件... その他死亡保険 (24.3%) 定期付終身保険 (18.5%) 定期保険 (15.7%)
 - ・ 2001年度...1,108万件... その他死亡保険 (27.1%) 定期保険 (20.8%) 終身保険 (12.7%)
- (7) 小林 [2002] p. 39.
- (8) 明治生命 [2003] p. 343.
- (9) 江澤 [2002] p. 202.
- (10) 国民生活センターが各地の消費者相談窓口に寄せられた転換について苦情を集計したところ、1998年度だけで約330件、5年前の3倍近くであったという(1999年6月18日付朝日新聞朝刊「生命保険各社、低金利背景に売り込み躍起」)。
- (11) 1999年9月20日付朝日新聞朝刊「「転換」根っこは給与体系」
- (12) 明治生命保険相互会社 [2000] p. 59に【ご注意】として次の記述がある。
- 「見直後特約の種類については、当会社の定めるところにより、見直前特約と同一特約の重複付加および類似特約の重複付加は取り扱いしません。
- 見直後特約と同一または同種の特約がすでに付加されている場合には、当会社の定めるところにより、既に付加されているその特約は消滅します。
- 見直後特約の保険期間は、当会社の定める範囲内で取り扱い、原則として見直後特約の保険期間は全て同一とします。」
- (13) 明治生命 [2003] p. 343.
- (14) 明治生命の現在の給与体系では1ヵ月に獲得する新契約が3件程度とすると、営業職員の毎月の標準的な給与は20万円である。このうち実績給が12～13万円で、残りの7～8万円を固定給が占めている。新たな給与制度は毎月の固定給を2万円程度に圧縮する。その代わり、担当する契約件数を150～200件と仮定して、合計6万円程度の契約継続給を導入する。継続給は満期などで契約が消滅したときのほか、保険料の未払いでの契約失効や解約された場合に減る。実績給は現行制度とほぼ同水準になる見直しという(2002年11月5日付日本経済新聞朝刊「営業職員の給与体系 解約防止へ見直し」、2003年8月9日付朝日新聞朝刊「生保「人海戦術」に帰帰 既契約の維持迫られ」)。
- (15) 保険研究所 [1980] : 『日本保険業史・会社編(上巻)』pp. 68-69.
- (16) 江澤 [1993] pp. 158-159, 植村 [2003] p. 210.
- この点について新しい動きを見い出すことができる。スウェーデンに本拠を置くスカンディア生

命保険は、手数料を日本国内の契約者向けに開示するという（2003年10月28日付日本経済新聞朝刊「個人保険の手数料開示 スカンディア生命、国内初」）。商品名は「スカンディア投資型ユニバーサル保険」である。同社が発行した冊子（『あなたと一緒に生きる保険 スカンディア投資型ユニバーサル保険』）によれば、保険期間中に契約者が負担する費用として以下の4つが挙げられている（同冊子 p. 15）。

- a) 保険契約管理費...特別勘定（ファンド）の純資産総額に対して年率1.3%を乗じた額を日割りで控除する。
- b) 資産運用関係費用...特別勘定の純資産総額に対して特別勘定毎に設定された年率（0.06%程度～1.0%程度）を乗じた額を日割りで控除する。
- c) 危険保険料...月単位の契約当日の前日の危険保険金（「基本保険金額・積立金」が「10万円」のいずれか高い金額）に危険保険料率を乗じた金額を毎月控除する。
- d) 死亡保障関係費...危険保険金に0.01%を乗じた金額を毎月控除する。

(17) 財団法人生命保険文化センター『平成12年度 生命保険に関する全国実態調査』pp. 135-143.

《参考文献》

- Black, K. Jr. & Skipper, H. D. Jr. [2000] : *Life Insurance, 13th ed.*, Prentice Hall.
- 相川裕志・鹿島紳一郎 [2003] : 「米国生保販売チャネルの沿革と現状」『生命保険経営』第71巻第3号, pp. 71-86.
- 赤間光雄 [1985] : 「定期付商品の変遷」『生命保険経営』第53巻第3号, pp. 28-41.
- 安中 眞・山下由夏 [2003] : 「2002年・米国生保の収益圧迫要因」『生命保険経営』第71巻第4号, pp. 72-92.
- 植村信保 [2003] : 『生保のビジネスモデルが変わる』東洋経済新報社.
- 江澤雅彦 [1993] : 「米国における商品革新と契約者利益—ユニバーサル・ライフ保険をめぐる—」『文研論集』第103号, pp. 143-162.
- 江澤雅彦 [2002] : 『生命保険会社による情報開示』成文堂.
- 江澤雅彦 [2003] : 「生命保険」鈴木辰紀編著『新保険論—暮らしと保険—』成文堂, pp. 235-260.
- 金 瑠 [2002] : 「商品開発からみた生保マーケティング・アプローチの進化—「暮しの保険」と「ライフアカウント L. A.」—」『久留米大学商学研究』第8巻第1号, pp. 107-131.
- 久保英也 [2003] : 『生命保険ダイナミクス—環境変化と将来展望—』財経詳報社.
- 小林 修 [2002] : 「最近の個人向け生保商品の推移」『生命保険経営』第70巻第1号, pp. 31-47.
- 小藤康夫 [2001] : 『生保危機の本質』東洋経済新報社.
- 小藤康夫 [2003] : 『生保危機を超えて』白桃書房.
- 佐藤保久 [2003] : 『資本主義と近代生命保険業』千倉書房.
- 茶野 努 [2002] : 『予定利率引下げ問題と生保業の将来』東洋経済新報社.
- 原 浩一 [2003] : 「米国個人生命保険市場の動向と大手生保の対応」『生命保険経営』第71巻第2号, pp. 37-55.
- 松木淳一・荒木靖之 [2003] : 「米国の変額ユニバーサル保険」『生命保険経営』第71巻第2号, pp. 56-76.
- 明治生命保険相互会社 [2000] : 『ご契約のしおり 定款・約款 進化する保険 L. A.』
- 明治生命保険相互会社 [2003] : 『明治生命百二十年史 1881～2001』
- 安井信夫 [1997] : 『人保険論』文真堂.
- 山田静江 [2001] : 「生き残りかけて独自商品開発が続く」『週刊東洋経済臨時増刊2001年版 保険ビジネス』pp. 132-134.

（本稿は、(財)簡易保険文化財団による平成14年度調査研究助成の成果の一部である。）