

# 生命保険の社会的役割

～死亡保障，民間医療保険の担い手としての生命保険～

OLIS-プルデンシャル・ジブラルタ生命保険寄附講座

生命保険概論2

2010年10月7日

プルデンシャル・ジブラルタ生命保険 顧問

河野 一郎

# I. 生命保険とは

## (1) 保険法の定義

### (生命保険・傷害疾病定額保険)

- ・生命保険とは、人が死亡したことや一定の時点に生存していることを条件として、一定額の保険金を支払う保険。
- ・傷害疾病定額保険とは、人が傷害や疾病によって入院や死亡したことを条件として、一定額の保険金を支払う保険。

(参考：損害保険の定義)

- ・損害保険とは、火災や交通事故など（偶然の事故）によって生ずる損害を填補する保険。

## (2) 生命保険の分類と販売商品

### ①分類 4種類

- ・ 死亡保険（定期保険）
- ・ 生存保険（純生存保険）
- ・ 年金保険
- ・ 医療保険

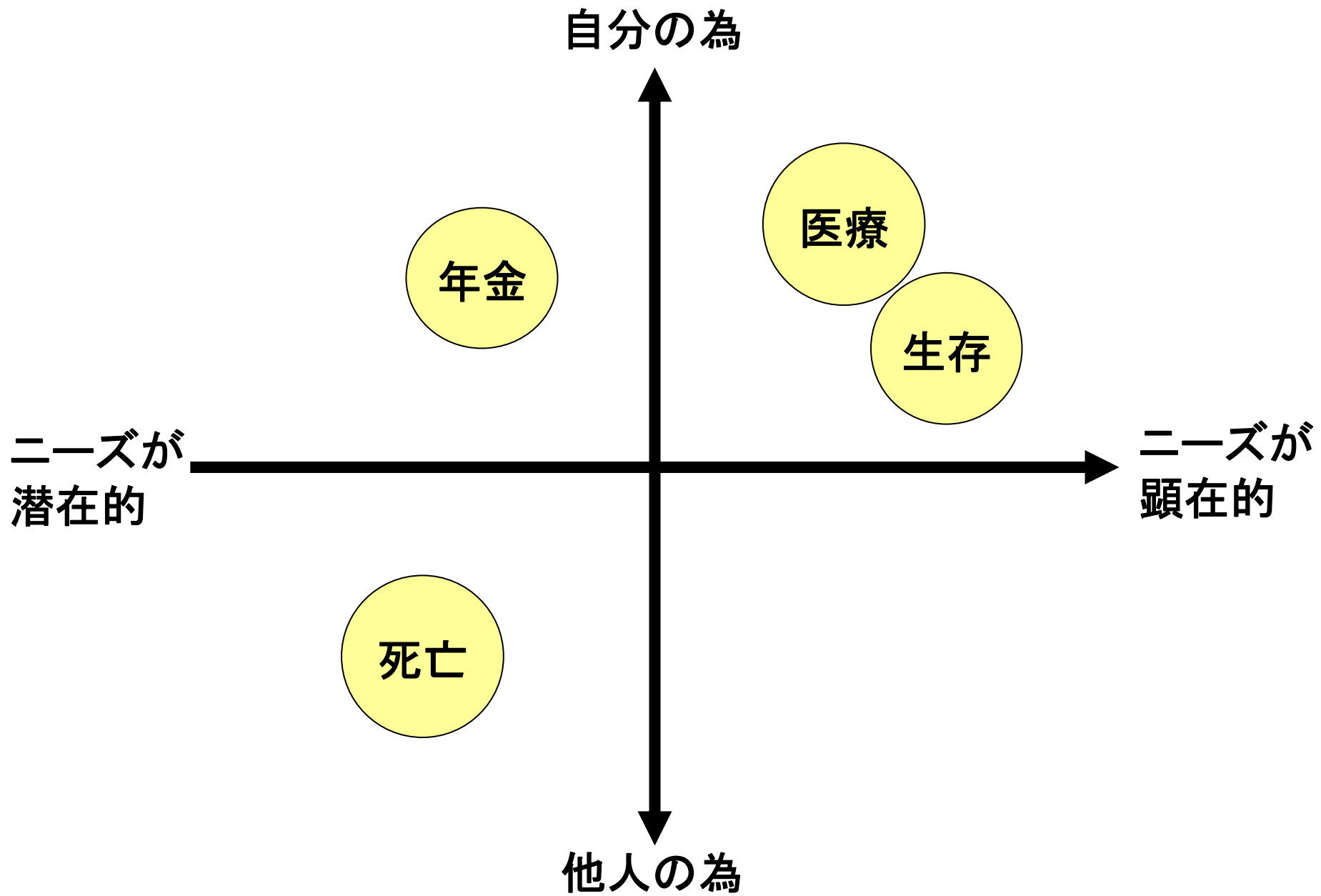
## ②販売商品

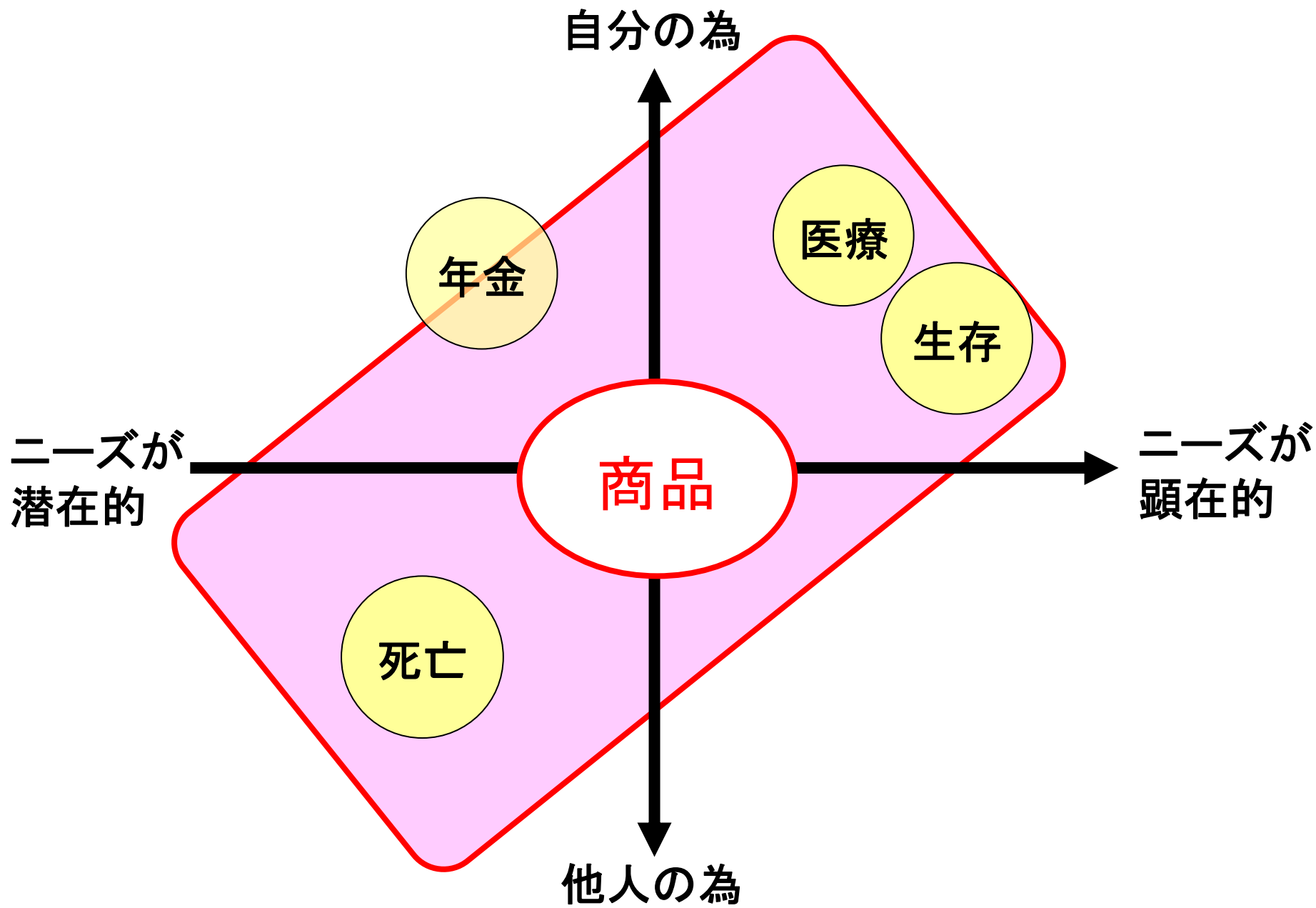
4種類の組合せ

ex. 死亡1 + 生存1 の組合せ（養老保険）

死亡3 + 生存1 の組合せ

死亡 + 生存 + 医療の組合せ





# (3) 生命保険制度を支える

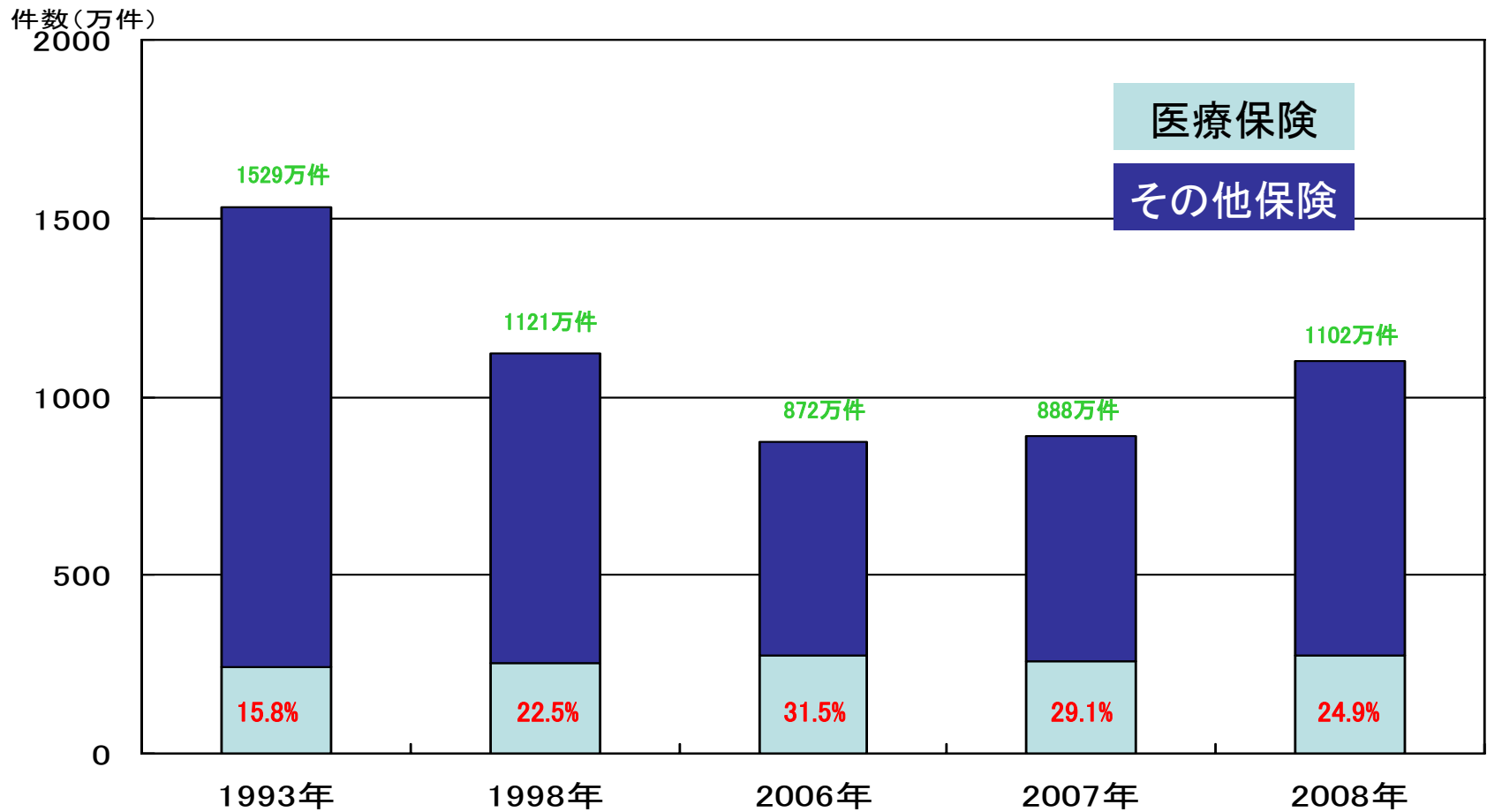
## 基礎理論 (技術)

- ① 大数の法則 (制度の根拠)
- ② 危険選択 (死亡リスクの均一化)
- ③ 収支相等の原則 (保険料算定)  
(給付・反対給付均等の原則)

# Ⅱ. 医療保険

## (1) 医療保険の現状

### ①販売実績（個人保険）





## ②保障内容

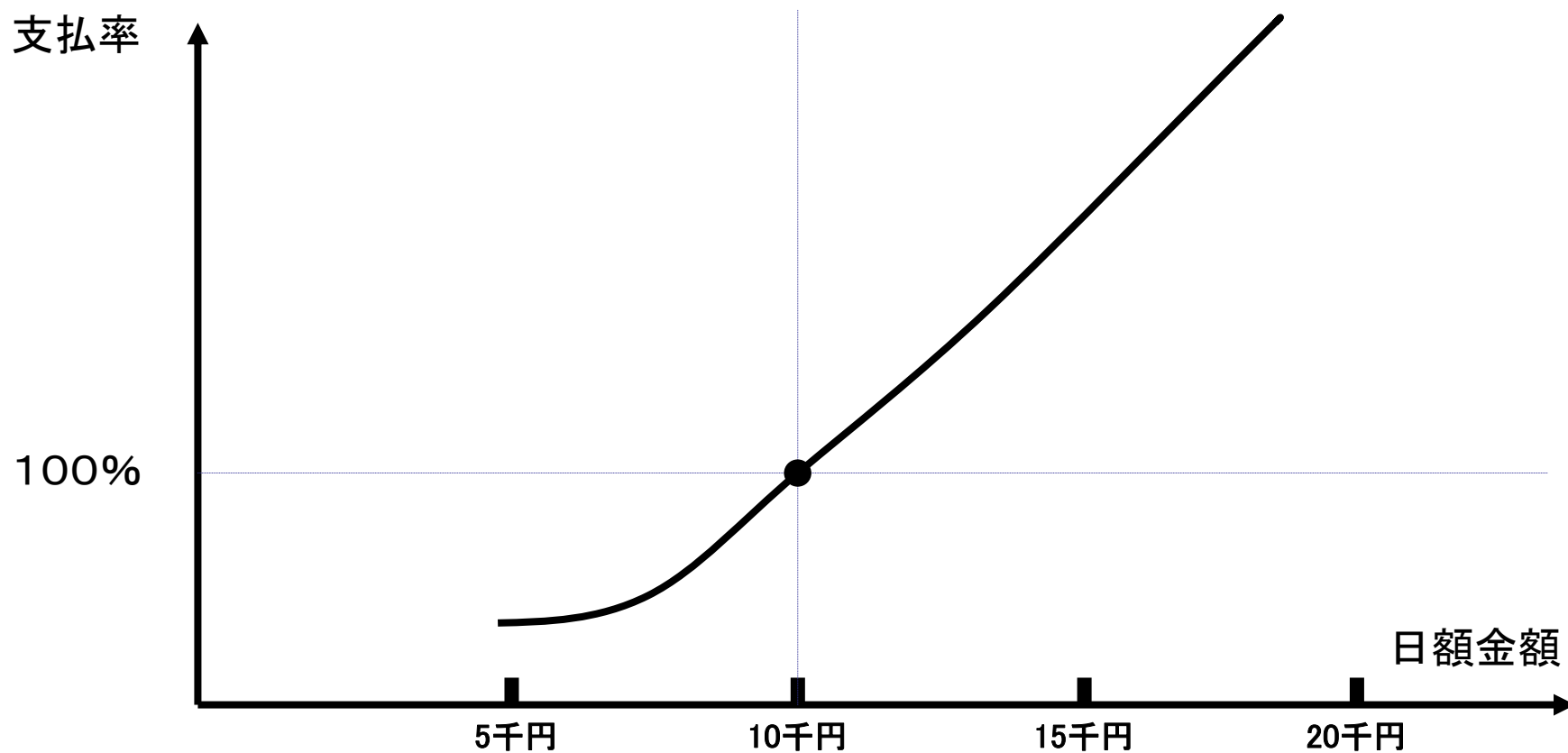
	疾病	特定疾病	ガン
入院	○	○	○
手術	○	○	○
通院	△	△	○
死亡/高度障害	△	△	○
長期入院	△	△	○
先進医療	△	△	—
診断	—	○	○

△ 組込型か特約型

## (2) モラルリスク対策

過去の実験

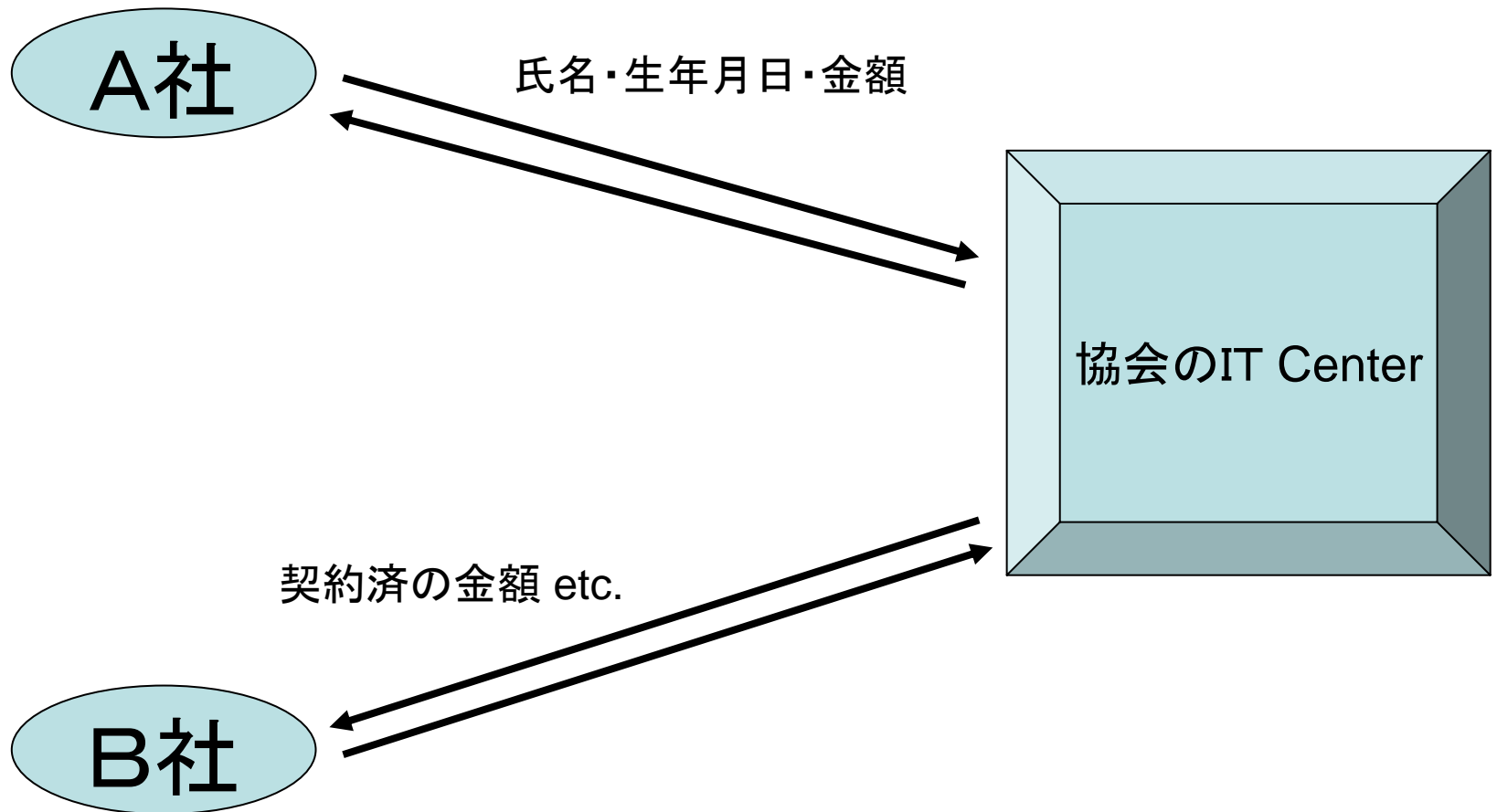
① 支払率は入院日額金額に比例する



② 加入制限後に複数社と契約して高額の給付を得る

例えば；各社日額1万円を20社加入  
入院1日 20万円（月600万円）

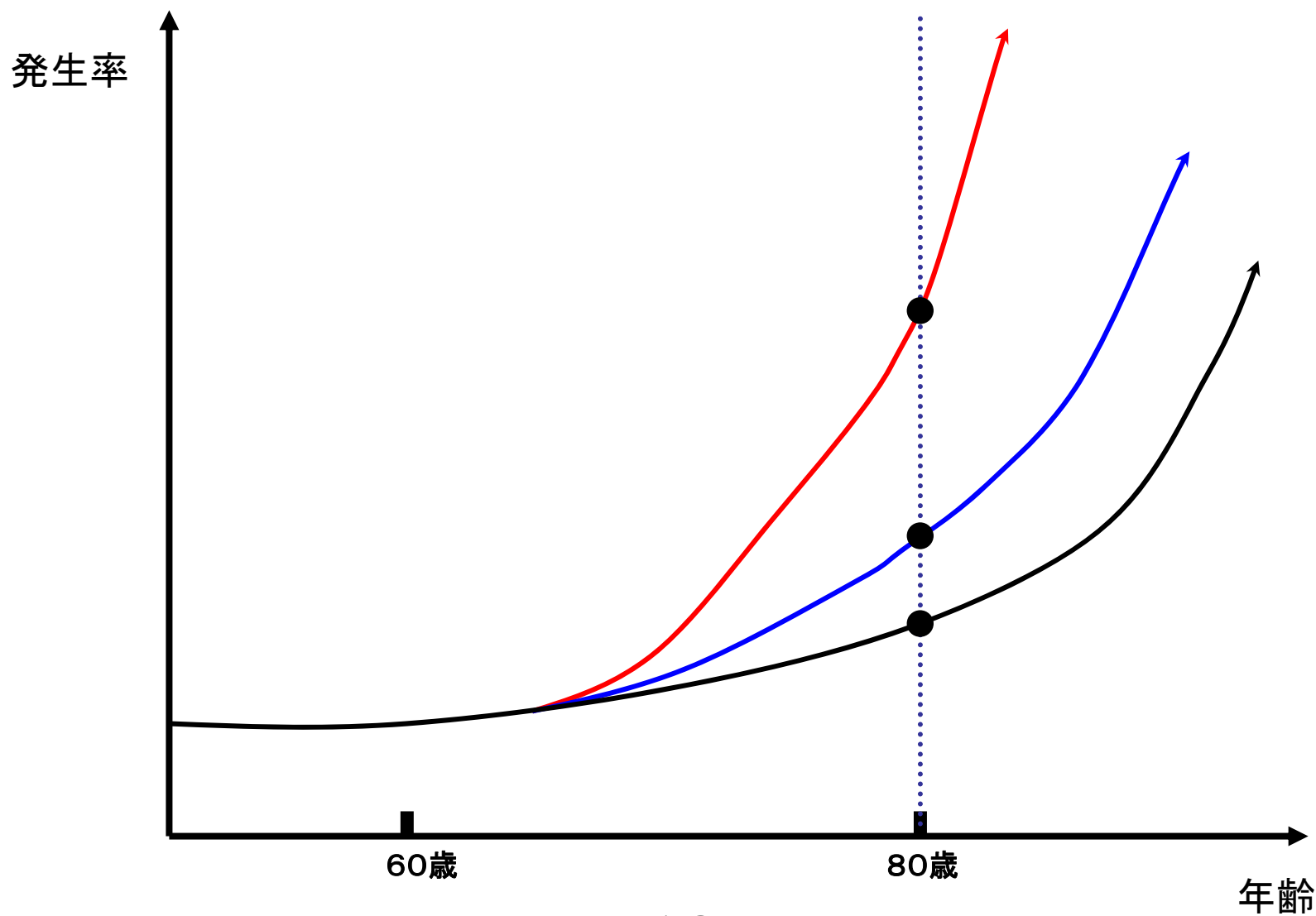
# 契約登録制度



### (3) 販売上の工夫

- ・ DM, ITなどの新しい販売チャネル
- ・ カウンターセールス等 保険ショップ

# (4) 将来の課題



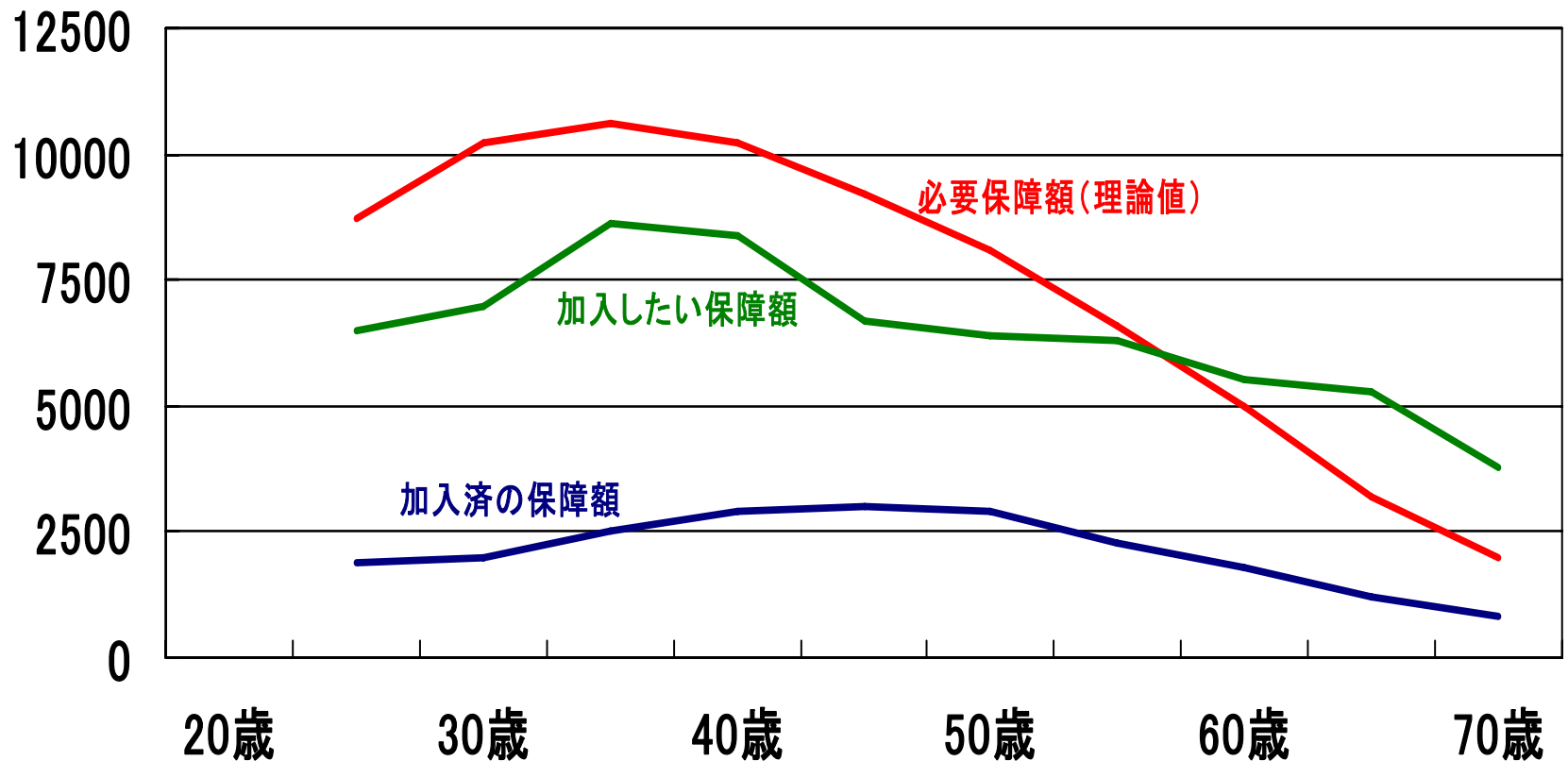
# Ⅲ. 死亡保険

## (1) 死亡保険の特異性

- ① ニーズが潜在的
- ② ニーズを自覚した（顕在化）時は、既に加入出来ないことが多い
- ③ 自分の為ではなく、死後遺していく家族の為
- ④ 販売が難しく、工夫が必要

## (2) 死亡保険の現状 (保障の充足度)

必要保障額の3割程度の充足度



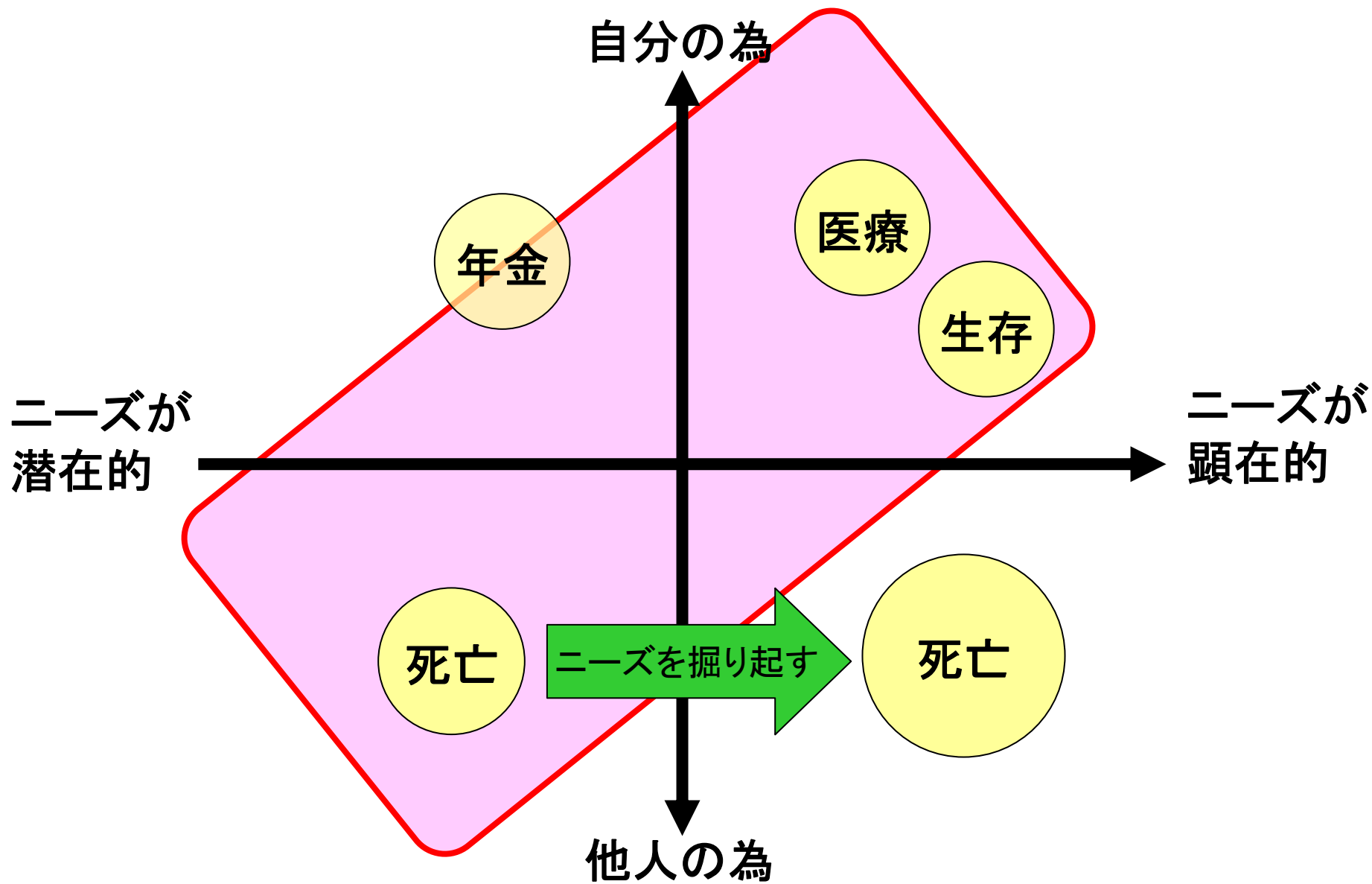


## (3) 販売上の工夫

### 二つの戦略

- ① 商品 ⇒ よりセルフディマントな商品
- ② 販売 ⇒ 潜在ニーズを顕在化

### (3) 販売上の工夫



# IV. 生命保険業界の現状と 生命保険会社の組織

## (1) 生命保険業界の現状

- 会社数 47社
- 従業員数 事務系 9万人  
営業系 20万人
- 収入保険料 34兆円
- 総資産 318兆円 (対個人金融資産 22%)
- 保有契約高 902兆円 (対GDP 201%)

2009年度末状況

## (2) 生命保険会社の組織と機能

