

日本の保険市場における商品の変遷

--シリーズ 1: 第二次世界大戦前--

先駆的な日本の生命保険会社により 1880 年代から 90 年代に提供された生命保険商品は多様で、終身保険、定期保険、養老保険、生存保険の 4 種類に分けられる¹。純粋な生存保険とは、具体的には学資保険と結婚資金保険のことである。これら商品の中でも終身保険の類は比較的良く売れたが定期保険の販売は芳しくなかった。特筆すべき点は無配当の保険商品がこの時期の主流であったことだ。



日本で最初の生命保険会社である明治生命発行の最初の保険証券
(出典: 『目でみる明治生命の 110 年』, p.33.)

1890 年代の末からは、養老保険が終身保険を徐々に追い上げ、主力商品となったが、この傾向は 1902 年の第一生命、1904 年の千代田生命の設立という相互会社の出現によって加速する事となった。これら相互会社の主力商品が有配当型の養老保険だったのである。



新商品である学資保険と結婚資金保険などを紹介するパンフレット
(出典: 『日本生命 100 年史』, p.65)

よく知られているとおり、養老保険は保険期間中の被保険者の死亡だけではなく期間満了時の生存に対しても約定された保険金を支払うもので、保障機能と貯蓄機能を組み合わせた典型的な商品である。こういった機能が特に初期の市場において養老保険を魅力的なものにしている。

更に、当時の相互会社が販売していた養老保険は全て有配当型で、契約者は会社の利益を享受する機会を有していた。また、これらの会社は他の相互会社との競合やライバルとなる株式会社と対抗するために配当率を数回に渡って引き上げた。このような商品戦略は相互会社の急速な発展に大きく貢献した。この状況を受けて、他の会社も主力商品を終身保険から養老保険へ、無配当から有配当へとシフトした結果、1920 年代後半からは有配当型の養老保

険が主流となった。

¹ 徴兵生命保険会社 4 社が販売していた徴兵保険、通信省が開発した簡易生命保険や郵便年金商品などもあったがここでは論じない。

一方、定期保険の販売は1910年代初頭に打ち切られた。その後、1933年に東洋生命1社だけがこのような保険を売ることを試みるも、やはり失敗となった。これとは対照的に、徴兵保険会社4社と生存保険専門会社1社を含む10社以上の会社が生存保険を販売していた。



備えあれば憂いなし—大同生命による生命保険の宣伝用ポスター

(出典：『大同生命 100 年の挑戦と創造』, p.36.)

しかし、これらの商品が戦前の生命保険市場においては、大きな割合を占めることはなかった。

ほとんどの生存保険は、利息は付けないものの、既払込保険料相当額を払い戻すことになっていた。そのような中で一部の保険会社は、被保険者、すなわち子供が給付金支給開始年齢前に死亡した場合、既払込保険料相当額に複利の利息を付けて支払うことを約定していた。また、有配当型の生存保険を1920年代の終わりまで販売したごく少数の会社が急速な成長を遂げた。しかしながら、1930年初めには生存保険商品は標準化され、さらに多くの会社が有配当型の商品を販売するようになった。その結果、生存保険の市場規模は1930年代後半の間に飛躍的に拡大した。

*このレポートは参考のための仮翻訳で、正文は姜英英さん（一橋大学博士）の英文（http://olis.or.jp/e/report_asia.html）です。