安田火災記念財団叢書 No.26

わが国損害保険事業の課題

——近未来を展望して——

社団法人　日本損害保険協会常務理事　大澤淳二氏

株式会社　保険研究所　社長　森松邦人氏

株式会社　伸和商事　社長　泉瑞英夫氏

安田火災海上保険株式会社　調査部長　須田晄氏

財団法人 安田火災記念財団

わが国損害保険事業の課題

——近未来を展望して——

社団法人　日本損害保険協会常務理事　大澤淳二氏

株式会社　保険研究所　社長　森松邦人氏

株式会社　伸和商事　社長　泉瑞英夫氏

安田火災海上保険株式会社　調査部長　須田晄氏

財団法人 安田火災記念財団

本書は，昭和59年３月９日，社団法人日本損害保険協会常務理事　大澤淳二氏，株式会社保険研究所社長　森松邦人氏，株式会社伸和商事社長　泉瑞英夫氏，安田火災海上保険株式会社調査部長　須田　暁氏のご出席をいただいて開催した座談会を収録したものです。

昭和59年５月

財団法人　安田火災記念財団

もくじ

損保事業を取巻く環境の変化…… 1

国際間の問題，消費者意識の変革の問題など…… 3

経済・社会状勢の変化…… 6

共済について…… 12

変化の内的要因…… 15

金融の自由化…… 20

積立型保険の将来…… 22

募集の問題…… 27

競争と協調…… 35

おわりに…… 39

損保事業を取り巻く環境の変化

大澤　急に司会をお引き受けすることになり私も面くらっています。しかし他ならぬ島さんの頼みですから断るわけにもいかないので適当な司会者かどうかということはわかりませんけど（笑い），よろしくお願いいたします。



実は，今日も日本経済新聞に保険会社がカードを発行するという記事が出たり，先日も積立保険の契約者配当に関する記事が出たり，自動車保険のレートに関する記事が出たり，あるいは新種保険の料率改正の記事が出たり，最近非常に新聞紙上に損保に関する問題が取り上げられておりますね。また，全然違った内容ですが，保険金詐欺事件も記事として取り上げられております。このことは，損保事業が非常に世間から注目されてきているということではないかと思います。このような状況のもとにおいて経済社会環境の変化といいますか，損保業界というものがどういうふうに変化していくのか，一般の国民のニーズに応えてどうあるべきであるのか，現在はひとつの転換期にあるんじゃないかというふうに感ずるわけです。金融の自由化とかニューメディアとか第三の波とか高齢化社会とか，これらも一つの転換期の内容ではないかと考えています。

従って，ひとつ皆さんに損保事業を取り巻く環境の変化が，どういう型で損害保険業界に現われるか，についてお話をいただきたいと思うわけです。

まず，森松さんからお願いします。

森松　私はいろいろな場でそういう問題に関連したことを申し上げているわけですが，環境の変化あるいは客観情勢ということを私なりに整理し大別すると，三つの要因に分けられるように思います。まず一番目には外部的要因です。これは例えば共済の台頭，外社の進出，あるいは経済の低成長基調，消費者意識の変革，こういうふうな外的要因



がひとつあります。

それから二番目には内部的要因があります。端的にいって，その中軸をなすものは，56年保審答申の進行 ― 料率の適正化・効率化・消費者対応の促進，等々であるというふうに思います。

三番目には，内外要因が複合ないし混合した形での金融の自由化・ニューメディア，こういうものの急速な台頭が挙げられると思います。全体的に産業界あるいは社会情勢の変化ということをアルビン・トフラー流の言葉を借りて言えば，新産業社会の台頭，産業革命以後今日まで続いた産業社会が新しい形で再構築される時代にはいっている。大きく時代変化の流れを申し上げるとそういうことが言える。細かくこれを言いますと大変時間がかかりますんで，大づかみに分けますとそうした要因が存在しているんではないかと思います。

なお，「わが国損害保険事業の課題について ― 近未来を展望して ―」という今日のメインテーマからしますと，もっと身近な近因は何かということになります。そうした視点からすると，特に先程申し上げた内的要因の中で，56年答申が指摘している弾力化，自由化の展望が挙げられるでしょう。ご承知のように56年答申では，当面，競争条件を整備する前提として料率の適正化・弾力化を指摘し，その実効をうながしているわけです。ところで保審答申の耐用年数は，これまでの経験則からしますと大体５年位ですね。そうすると，既に59年の３月ですから，もう２年半が過ぎている。したがって，この競争条件の整備具体策をどうするか。特に付加保険料についての弾力化，自由化の前進策を具体的にどうするかが迫られる。これが非常に注目される近因といえるのではないでしょうか。

この他，これは業績に大きくかかわってまいりますが，自動車保険料率，特に車両，対物のレート引上げ改訂の問題をどうするか。あるいは火災の料率検証に基づく引下げがどうなるか。それから商品面でいいますと，積立型商品へのシフトというのがいっそう強まっていく形勢にあり，特に行政は各社個別の積立型商品の開発を慫慂（しょうよう）しているわ

けですね。

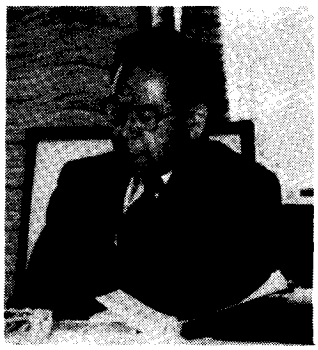
このことは，今日の金融自由化の進行の中で，必然的に損保は金利戦争の中に入って行かざるを得なくなることを意味するわけで，これにどう対応していくかということが喫緊の課題となると思います。こういったことが非常に身近な要因ではなかろうかと思っております。あとは皆さんのお話を伺って……。

大澤　そうですね。今おっしゃったように，いわゆる環境の変化というものをつかまえた場合に，外部的要因の問題と内部的要因の問題と，それから両者の複合・混合の問題と，この三つに分けてそれぞれ論議をした方がベターじゃないかと思いますね。

国際間の問題、消費者意識の変革の問題など

大澤　従って，まず外的要因としましてどういう環境の変化があるのかということをちょっと集約して，それぞれお話願ったらどうかと思うわけです。泉瑞さんどうですか，外的要因としては，例えばどういうものが考えられるでしょうか。

泉瑞　今の森松さんのお話の中ですべてが出てたわけなんですが，私も内憂外患と言っていますが，内憂は一面においては業界内における過当競争だろうと考えているわけなんです。それから外患はおっしゃったように共済問題，あるいは外社問題，あるいは消費者意識の変革が挙げられると，私も考えております。



別な見方をするならば，損保業界は非常に幸せな業界で，今日までは銀行がコンシューマ運動に晒され，その次が生保で，そのあとでゆっくり損保ということで一番最後にまわって時間が稼げた。そういう中で，高度とはいえないけれど成長がもたらされてきたわけです。民保と共済は同じ土俵に立って，ということがよく業界で言われていますが，共済の成長率が民保の成長率を上回っていることは事実で，共済を含めたリスク市場のシェアというものを考えた場合に，民保のシェアは相当減っているだろうと考えます。

アメリカのように，できては潰れ，というように不安定な共済ではありませんが，共済に対しては打つ手がないということで，共済自体の抱える問題が自壊作用を起こすまでは相当程度成長していくだろうと思います。その辺のところと，民保のサービス面の競争がこれから一番問題になっていくだろうと思っております。

外社の問題は，かって業界のリーダーの方々のご意見でもあまり問題にしておられないというようなことを見て，その考えが正しかったのかな ── と今は考えてるわけなんです。

それから消費者意識の問題については，これはもう時代の流れで，むしろそういう面について業界が今まである意味において旧来的なスタンスでやって来られたのは非常に幸せだったと思います。何しろ一番最後に洗礼を受けることになるわけですから。

大澤　一応，外的要因としては共済の問題，外社の問題，それから消費者の意識の変革の問題，こういうふうに一応泉瑞さんがおっしゃってるわけですがね……。

森松　私，先程消費者意識の変化という要因を挙げましたがその変化の中身が，よく言われるように量から質へ移行している。しかもその“質”が「経済性の追求」から「安全性の追求」へ移ってきているんじゃないか。共済の台頭が価格競争を前面に出したという面では，経済性の追求という消費者意識の変化を捉えたものといえるわけですけれども，さらに消費者意識は安全性の追求という方向へシフトしてきていますので，単に価格だけの問題では済まされない。これからは保障の内容が追求されていくと思います。

それからもう一点，代理店による募集形態。これが販売チャネルの多様化の中で構造的な変革を起こしてきてる。これも見逃せない大きな要因じゃないかと思っています。

大澤　外的要因というのは森松さん，どういうふうに考えておられるかということですね。

森松　完全に外部的なものということでなくて，業界内部の構造とか，あり方が外的要因を呼んでる場合があるわけです。たとえて言いますと，共済の台頭の背景には業界構造とパーフォマンスがある。つまり損保業界が，泉瑞さんがおっしゃったように戦後

35年余も非常に恵まれた環境・障壁の中で，いわゆる20社体制を維持し，カルテル価格で外部からの大した批判も受けることなくやって来れた。しかし，消費者意識の変革の中で損害保険の価格に対する批判の目が高まってきた。価格を前面に打ち出した共済の台頭を招いた。一例を挙げれば，そういうふうに外的要因が全く内的要因とかかわりなく起きてきているということではないものがあるように思います。

他方，例えば経済の低成長などは，業界のあり方と関係なく起こっている問題ですね。あるいは低成長の中で減税の６年間据え置きなどがあって，可処分所得が低下してきている。昨年は若干上昇してますけれでも，そういうことが結果として損害保険の成長に足を引っぱる遠因を成している，とか等の問題は純然たる外部環境要因と言えると思いますね。

それから外社の進出の問題。これはやはり，オーダリィなマーケットではありますけれども，過保護行政の中に温存されてきたマーケットに対する開放要求といえるでしょう。現在の金融自由化要求と同じように，内国民待遇から相互主義へという方向へ外圧が強まっている。これも内部要因が外的要因を呼んでるもとになっている。そういうふうなことが言えるんじゃないかと思います。

大澤　外部要因というのは何かということになりますと，一つは日本と日本以外の国という国際間の問題があると思うんですね。従ってそういう観点から考えた場合，今の森松さんのおっしゃるように内国民待遇から相互主義的なものを要請する可能性は強いということが言えると思います。

また，あと一つは国内における社会のニーズから来る問題があると思います。現在の業界が商品面，価格面あるいは販売面のいずれをとっても画一的であって，およそ競争原理の働く余地が　（これは極端な話ですが）　ない。これは今，話が出たように，業界が長年にわたって（今はちょっと数が変わってきますけれども）従来の言葉で言えば20社体制とかね。それから算定会の料率の体系の中において，とっぷりつかっているのではないかと。

これに対する消費者の意識の変革があって，このままでは消費者のためにならないん

じゃないか。それを打破する必要があるという意識が一般の消費者という立場から見た場合には存在するのではないかと考えるわけです。一応そういうふうなことを外的要因と考えてさしつかえないと思うんですがね。その他にありますか。

森松　外的要因というのをもっと抽象的に包括すれば，例えば低成長というような経済的な要因。それから消費者意識の変革などは社会的ないしは文化的要因と言えるでしょうし，外社の進出・門戸開放などは，これは言うまでもなく国際的要因。そういうふうに，外的要因といってもさらに分けられると思いますね。

いずれにしても，大澤常務や泉瑞さんがおっしゃったように，金融機関の中でも長い間特殊な体制の中にある業種というのは保険業界だけではないでしょうか。証券業界も銀行業界も，業界地図は塗り替えられてきているわけです。戦後の35年余の間に。損保も生保も1980 年代以降は外社の新規参入が目立ってきておりますけれども，あまりにも長い，つまり3分の1世紀にわたって特殊な業界構造の中にあっただけに，“外”の変化というものを無視してきた，とまでは言いませんが，いわゆる業界論理が先行し，“外”の変化に対する対応が遅れているという感じは拭えませんね。泉瑞さんのご指摘のように“恵まれすぎた業界”への新たな洗礼であり革新要求の時代に入ったと思います。

経済・社会状勢の変化

大澤　それから，もっと大きな角度から見ますと，先程ちょっとお話がありましたように経済，社会状勢の変化に基づく産業社会の変化というものもあると思うんですね。

この間，経済評論家の金森さんが東洋経済にも書いておりましたけれども，私は，日本経済そのものが変化してゆくと思います。一つは技術革新の時代に入ってきたということです。どんな社会においても背景には技術があります。封建社会においては鋤とか鍬が一つの技術だったかも知れない。工業社会においては蒸気機関というものが技術的背景としてあったと思います。新しい経済社会の基礎には必ず新しい技術があるんですね。

従って，現在日本では，やはりエレクトロニクスを中心とした大きな技術革新が既に

進んでいる。保険業界としては，それに対してどういうふうに対応していくかですね。これが第一の問題じゃないでしょうか。

第二の問題としては,やはりサービス化の時代に入ってきたということですね。いわゆるサービス化というのは抽象論で非常にわかりにくいんですけどね。今まではどっちかというと,(これは当たってるかどうかわかりませんけど,)消費飽和論それから雇用機会不足論とか，構造不況論とか，こういうふうな議論が出るのは，いずれにしても工業中心の観念にとらわれた見方じゃないかということなんです。だから簡単にいいますと，鉄とか石油化学とか紡績とかありますけど，こういうものだけが産業だと思ってるということですね。しかし翻って考えてみると，結婚産業が既に５兆円の産業になっているというんですね。それから葬式が2,８００億円の産業になっている。それからレジャーてすな。このレジャーの支出が非常に高くなって，38兆円になってＧＮＰに対して15％になっているというんですね。個人消費全体の25％になっているという。

そうすると産業というものが，従来生産会社主体だったのが，幅が広くなってきていると言えるんじゃないかと思うんですね。保険もその中に入ってくるわけですけれども時代の流れがあるんですね。

その他はちょっと省略させていただきますけれど，こういうふうな流れに社会，経済が変化している新しい産業社会になってきてるんだということを，まず認識しないとまずいんじゃないかということですね。

ちょっと話がとんで申し訳ないけれども，保険業界というものの外的要因というものが，先に申し上げたことと，またそういうものとは異なった流れがあるのではないでしょうか。

須田　それは非常に重要なご指摘だと思います。技術革新とサービス革新というお話があったのですが，例えばサービス化，ソフト化についても新しい保険のニーズといいますか，そこに結びついてくるんじゃないかと思います。例えば最近「塾総合保険」という新保険を安田火災がつくりまして，これが多くの新聞，週刊紙，テレビジョンで取り上げられました。これは社会が現在，塾というものに非常に関心をもっている。また



時期的に３月というのは新学期の始まる前とか，色々なこともあったと思いますけれども，予想以上に取り上げられたということは，やはり社会のニーズとそれだけ合致したのだろうと思います。

大澤常務のご指摘につながるんじゃないかと思いますのは，私も先程から具体的要因で共済あるいは外社，消費者意識，こういうのは非常に大事な問題と思いますけど，外的要因をさらに分けて考えると損保業界にとってプラスになる要因，マイナスになる要因の二つになると思います。そうすると今までお話の出た要因はどちらかと言うとマイナスのイメージに結びついた要因だと思うんです。

しかし，外的要因は決してそれだけじゃなくて，大澤常務ご指摘のとおり世の中が変動した。これは言ってみれば人々の考え方が変わってきた。あるいはリスクが多くなってきた。多様化してきた。それから社会保障がそこまで充分なことができなくなって，何らかの補完が社会的にも必要になってきたということにつながると思いますので，そういうふうな外的要因についても損保業界はうまく対応していかなきゃいけない。例えば新保険でいえば，そういう社会の必要に応じた良い保険をつくっていくというのが一つと，その保険を必要としている人にうまく販売していくという二つの面が，外的要因としてはどちらかというとプラスのイメージに結びついた要因ではないかと思います。

大澤　そういうことで，産業構造の変化を保険に結びつけて活躍している代理店もいるわけですよ。いわゆる葬儀屋さんの賠償保険をやって……お寺に飾りやなんかすると，お寺の什器類を壊したりなんかするというんですね。それから例えばレジャーなんかになると旅行傷害保険とかいろいろあるわけです。

ちょっと話がとんで申し訳ありませんが，さっきの続きをお話申し上げますと，三番目は民間の時代ということです。例えば重化学工業時代には政府指導の時代であったということですね。それから官民協調型の日本株式会社の時代でもあった。しかし，こういうものが今後もずっと続くかどうかということを考えた場合，その流れはいわゆる民

間の方に移っていくのではないか。例えば，これは当てはまるかどうかわかりませんけど，行政改革とかによる政府の規模の縮少の問題とか，あるいは国鉄の分割民営化とかあるいは電々公社の民営移管の問題とか，それから労働組合も従来総評という形でやったけど，今度は民間が主導的になる動きもあるわけですね。だから，そういうふうな流れがあって民間の時代に移りつつあるんじゃないかと。

四番目は神奈川県の長洲知事が言っている地方の時代といいますかね。重化学工業時代には，例えば東海道メガロポリスというようなことで，あの時に千葉県の海岸から神奈川県にかけて石油化学コンビナートができ，色々やってきたわけですね。ところが今九州ですとＩＣ（集積回路）の産業が非常に発達しているんです。九州のＩＣ産業がスタートしたのが昭和45年だそうです。それが現在は九州がＩＣの大供給地になっているというんですね。一回九州へ行って，それを調べてみようと思うんですがね。それから長野県がかなり最近発達している。ということは，長野県の工業生産指数は50年を100とした場合には，最近は170であるというんですね。全国平均は140ぐらいだという。長野県はエレクトロニクスの産業を中心とした大発展をしている。だから，色々と地方によって，例えば新幹線ができ，高速道路ができて，人口移動というのはあるかもわかりませんけど，そういう社会変動があるんではないかというような感じがするわけです。

それから五番目は，国際化の時代ですよね。だから貿易だけではなくて，資金も企業も（金融自由化の問題とも関連するかもわかりませんけれども）国境を越えて発展していくんじゃないかと。従って日本と外国との区別がはっきりしなくなってくるというようなね。ま，極端に言ってですが。

日本の企業のマーケットは国内では280兆円だそうですね。ところが日本の企業の市場はもう既に国内の280兆円を相手にしてるんじゃなくて，世界の3,000兆円を相手にするようになってきている。現実にはそうですよね。こういう流れがあるんじゃないかと。その流れについて，保険業界がどういうふうに対応していくのか。こういう点が一つの外的要因としてあると思うんです。その点で須田君，どうですか。

須田　今，三番目，四番目，五番目のお話があったんですけど，それについて考えて

みますと……。

まず，民間と国営の問題というのは，従来から損保は民間でやってきていますから，小さな政府云々と言われている現在，民間の活力を大いに出していくということではないかと思います。地方の時代については，長野県のお話がありましたけれど，地方で産業が発達してくると，そういうふうなところは色々な保険の必要性，しかも幅広いてん補範囲をもった保険の必要性ということが出てくるんで，充分対応していかなければいけないと思います。

それで，こういうときに思い出すのは学者の先生方が言われる「保険需要は派生需要である」ということです。これは例えば，わが国で自動車保険が伸びたのは，モータリゼーションの発達ということが一つの背景としてあったわけですね。それをつかんで先取りすることが，保険，ひいては社会の発展に欠かせなかったことだと思います。そういうふうな例を挙げればいっぱい挙げられると思います。例えば，コンピュータの保険がコンピュータの無かった時代には考えられなかったことも，コンピュータができて派生的に，やはり危険の負担をどうするかという問題の解決ですから，そういう保険ができた。原子力保険なんかも同じようなことだと思います。

いずれにしても派生需要というのは非常に保険の特徴をつかんでいるのだろうと思いますので，社会の変化，時代の流れに積極的に即応して保険というものもその時代時代にマッチするということが必要ではないかと思います。

それから今の全般的なお話に関係するんですけれども，お話を伺ってまして考えましたことは，現在は変化の時代だというふうに言われております。その変化の時代こそ何が必要かということを考えますと，表面の変化に惑わされないで，本当はどうあるべきなんだろうかということを考えなくちゃならないんだろうなという気がします。これは裏返していいますと，あまり環境の変化がない時代ですとどうあるべきかということはそんなに考えないでも済むんではないかと思うんですけれども，環境が変化すればするほど変化に足元を掬われないようにするために，我々の保険制度というのはどうあるべ

きかということを考えなくちゃいけないんじゃないかと思います。

先程ちょっとお話が出ましたけれども，例えば保険と共済の問題。これは古くして新しい問題であり，多くの方がそれについて述べておられますので，詳細な議論は省略しますが，保険と共済の経済的機能は同じものではなかろうかと思います。そういう場合に本当は両者はどうなんだろうかということを，きちんとした論理だてをしないといけない。変化の時代こそ，そういう論理を考えなければ時代に押し流されていくんではないかなという気がいたします。その意味で今ほど論理の必要を迫られている時代はないんじゃないかなという気がいたします。

それから同じようなことで，日本と外国との関係で内国民待遇から相互主義へという，これはいろんなところで言われております。そういうふうな変動であろうかと思いますけれども，要は言われるままでいいのだろうか，やはり一歩下がってきちんと考える必要があるんではないかという気がします。いま，日米で金融・資本市場の自由化問題が議論されています。そこで，銀行などに関し，大蔵省は相互主義は採らないようにきいていますが，極端に相互主義が世界中に広がってきますと，どういうことになるかというと，世界統一あるいは主要国統一の例えば銀行業法が必要になってくるということであろうかと思います。日本の内国民待遇は申し上げるまでもなく，日本の業者に与えている待遇を外国から来た業者にも与えるということでありますけれども，相互主義は外国でやっているやり方が日本でも通用しなければいかんという考え方でありますので，これは日本でやってなくて外国でやっている，あるいは外国でやってなくて日本でやってるという問題も色々あろうかと思います。損保についてみますと，詳細は省略しますけど，例えばアメリカでは事業免許が州別に必要でありますが，日本では一本で済むわけです。さらに，アメリカでは資本金プラスサープラスを積まなくてはならないというようなことです。いまさら改まって言うまでもありませんが，保険制度はインターナショナルの面ももちろんありますけれども，一方ではその国々の事情，考え方によるところも非常に多いわけですから，国によっては基本が相当お互いに違っているところもあるのだという認識が必要です。

共済について

大澤　今，外的要因というのを二つに分けたわけですがね。今度は身近な外的要因に入ってきてるわけですけれども，泉瑞さん，共済について代理店の立場からみてどういう対応，どういう問題点があるかということをちょっとお話し願えますか。

泉瑞　幸い私共は東京で営業している関係で，地方の方々が農協や県共済に色々と苦しめられているような状態にはまだなっていないわけですが，例の全労済等の問題，こくみん共済については徐々に浸透してくるであろうと思ってます。しかし，その被害の程度が今のところ大きなパーセンテージとなっていないので，強い危機感はもっていません。

森松さんがおっしゃったように，共済には経済的な問題以外にサービス面の問題があるわけですから。しかしこの損保というものは，お客さんに，自動車にしても火災にしても，事故の対応について試しにどちらがよいか一回事故を起こしてみなさいということは言えないわけなんです。事故を起こしたときに初めて商品としての機能が発揮されるわけで，それはほとんど無いに等しい中で非常に普及も販売も難しい面があるわけです。人的要因の中で，保険が右へ行ったり左へ行ったり，お札(ふだ)を買うような気持ちで損保を買ってる方もいますし，事故の稀少性からみてどうせ無駄金だと割り切った考え方の中からはやっぱり，単に言葉の上では説明しきれない問題がありますね。

現段階ではあまり共済の問題について心配はしておりませんが，しかし徐々に浸透してくることだけは確かで，私たちの成長に勝る向うの成長のほうが，より加速的だろうと理解しております。

大澤　森松さん，共済について簡単に対応といいますか考え方といいますか，お話しください。

森松　共済の問題につきましては，先程常務が指摘された五つのメガトレンドの中で，地方の時代というお話がありましたけれど，これは一方に国家財政の逼迫という問題もあってナショナルミニマムが狭まっていく方向にあるわけですね。ですからそれ以上は

言うところの“自助努力”とか地方自治体での補足的機能とかいったことが非常に重要視されてきている。こういう中で，例えば昨日電車の吊り広告を見たら，東京都23区の「交通災害共済（掛金）500円」という文言を大きく出してますね。これはかって300円から始まったわけですけれども，ここにきてそういうふうに地方自治体でも共済を盛んに宣伝しだした。その取扱窓口は銀行，信金などが書いてあるわけです。

また「こくみん共済」とか「県民共済」，こういう地域共済が台頭してくることは否定できないと思います。こちらの安田火災記念財団設立趣意書の中にも，「ナショナルミニマムは社会保障として国が保障し，それを超えるものは個々の自助努力云々」ということが書いてありますが，そうした傾向がさらに広がっていく。ですから地方自治体ないしは労済等の地域共済的なものが今後ある程度の規模までは拡大していくことは否定できないだろうと思います。

で，これに対してどういう対応をしていくかということが当面の問題ですが，やはり損害保険の場合は先ほど来申し上げたように，“経済性の追求から安全性の追求へ”といった消費者意識の変革を捉えて，商品サービスという中身の問題で対応していく以外にない。これは泉瑞さんも保険商品は事故が起こらないと中身が顕在化しないので，なかなか比較ができないとおっしゃいましたけれども，私は消費者のニーズというのは煎じつめれば“比較情報の提供”だろうと思うのです。損害保険の場合，この点が不足している。むろんこれには募取法上の問題もございますので，比較情報の提供の仕方が問題なんですが，もっともっと比較情報を提供しないと顧客ニーズを引き出す誘因力にならないんじゃないかと考えます。

大澤　業界としましては，共済問題につきましてはやはり今，ご指摘の点も色々あるわけですけれども，共済というのは，協同組合法に基づいて運営しているわけですから，本来閉鎖的なものであるべきであります。しかし，現実には不特定多数を相手にして運営してきている。従って，直ちにそれを否定するわけにもいかないんじゃないか。むしろ共存の形でやっていかざるを得ない。共済は既に実質的に保険と変わりないものである。だから法律的に消費者保護という観点から統一してもらいたいというのが，業

界の一つの考え方になっているわけです。同じ土俵で競争させてもらいたいという要望です。

現在，ある先生に保険と共済ということで一つの見解をお願いしております。今のところは不特定多数を相手にするという実態をわきまえて，しからば消費者保護という立場から法制の統一といいますか，こういうことを心掛けているというのが現状であります。

森松　共済問題については，生保協会が特に地域共済について厚生省に申し入れをしたのに対して，厚生省は「民保と共済は相互に発展すべきとの基本認識に立つ」という見解を示し，指導監督を強化することを回答してますね。地域共済の中で最も伸びるだろうと思うのは，「こくみん共済」── 全労済だろうと私は思います。この全労済の方も，一頃のように民保を叩くという姿勢から手を引いて，理論武装に入ってきましたね。こういう変化というのは，やはり一つの共存のあり方を模索しているともとれます。

それから，共済自体が「県民共済」「こくみん共済」に見られるように市場競合が目立ってきた。従って，こうした色々な問題を調整する動きが出てきているというのが特徴的動向といえますね。

大澤　そうです。現実はそういうふうなところですね。いわゆる損保と共済の共存という問題と共済間の調整という問題の二つの問題がありますね。

森松　損保も，共済を敵視するような姿勢はやめるべきだと思うんです。ご指摘のように，共済と同じような対抗商品をやっていくか，あるいは損保は損保で我が道を行くといった一つの選択があるわけですが，私は損保各社の中でも個別の特化経営をとっていくという選択があるならば，もっと単純な，共済に似たような商品を専門にやっていくという会社が出たっていいと思うのです。また，東邦生命などは明らかに共済との提携という姿勢をとっていますが，消費者利益という視点に立つならばそういった積極的特化政策も考えられてよいように思いますね。無論これについては，色々な論議が介在していますが……。

変化の内的要因

大澤　それでは内的要因に移りたいと存じます。色々な問題があるわけですから，それに対して今度は内部的にどういうふうな対応をしていくかという問題があると思うんですよね。

保険審議会の答申，この背景，その意味ですね。その中で，早稲田大学の鈴木辰紀先生が出した本の中でも書いてありましたが，一つは日本経済新聞に出てた表現ですよね。56年6月8日に保険審議会の答申がでたんですが，11日に日本経済新聞が本答申は執行猶予付き自由化答申というような表現を使ってるわけです。これが先程森松さんがおっしゃった競争する環境づくりといいますかね。例えば基本的にこの答申は保険料率を含んで自由化を必要としながらも，今，直ちにこれを実施するために必要な環境が整備されていない。だから当面は環境整備に全力を尽くすべきだという意味で執行猶予付き自由化と言っているということなんですね。

それから，その次に法政大学の西嶋梅治先生がおっしゃっている黒船答申。これも私は時機を得ていると思うんです。黒船というのは要するに，今までのような過去の体制に固執していると，近い将来必ずペリーが来航したような衝撃的事態に直面する。これは極端に言うわけじゃありませんけど，せざるを得ないであろうと，こういうことを予告したという意味で黒船答申と言ってるんじゃないかと思ってるんですが，いずれにしても保険審議会の答申の背景，その本質を充分意識して，それに対する対応策を講じなければならないと思います。

ここで非常に問題になるのは画一的な料率なんですね。これを自由化した場合には，各保険会社が会社別に異なる料率を適用するということです。そういうことが現実にできるか。結局は安い料率に引きずられてしまうのではないか。その場合，会社そのものの存在がどうなるのかというような問題。また，大衆を相手にする損害保険の料率は画一的な方がよいのではないか。環境づくりとか，業界はどういう対応をしたらいいのか

ということをお話し願えればと思います。泉瑞さんのほうからひとつ。

泉瑞　大きな問題ですね。私，たまたま森松さんの著書である「損害保険業界」を読み返してみたんですが，その中で，今大澤さんが述べられていたのと違う方向から言われてることがあるんで，ちょっと読まさせていただきます。

「答申そのものが最後にして最初の答申」ということを申されているんですが，最後にして最初の答申という意味は，つまり最後とは損保の画一体制（20社体制ですね）を一応やむを得ず肯定した上での答申であること。最初とは保険審議会の基本的視角が保険料率の自由化すなわち基本的には価格面における競争が必要であることを明確に設定したということです。

そしてもう一つ，今回の答申に至る審議過程の中で，ある審議会委員は，自社がやらない自由ならまだしも，他社にもやらせないという自由がまかり通る特殊な業界ということも指摘しています。

それで，行政としても損保業界に対して行政指導の限界を感じていたことは否定できない。換言するならば，保護政策に慣れきって自律革新に目覚めることを知らない損保業界に対して，伝家の宝刀とも言うべき保険審議会答申を利用せざるを得なかったということが書いてあります。非常にそこのところは感銘を受けている文章なんですよ。

どうしたらいいのか，森松さんも色々な点で警鐘を鳴らしておられますが，やはり業界体質を改革していかなければいけないということ。それは国家的観点からいっても福祉産業であり，社会の公器であるこの損害保険事業の運営は，他産業にも増して謙虚な経営理念で保護行政に応えるよう，例えば業界が自社の行政改革を行うなど，是非贅肉を切ってほしいと常々思っています。ともすれば小さい会社が成り立たなくなるからと，論理がすぐ戻ってしまう20社体制の業界論理を一応こっちに置いとかないと，話が進まないんではないでしょうか。一代理店が生意気なことを申し上げて恐縮です（笑い）。これは保険会社の内部にいる方々より，或る意味で私共，アウトサイダーの方がよく判ることかと思います。謙虚な気持ちで料率の問題等についても，切るべきものは切っていかなければ……。戦後これだけ成長させてもらったんだから，あとは社会から適正利潤をいた

だいて，本当に地味な業種の保険会社になっていけば，共済を恐れることはありません。

つまり，営業収支残のところでトントンになるぐらいのところまでもっていけば，共済とも充分に競争できる筈です。損保は成熟産業として，明治以来の努力が結実して壮年期を迎えている現在ですが，これからは，ともすれば業界の中からの考え方，自讃的な見解が支配的になりがちな中で，大きな意味で社会環元をして欲しいと思いますし，それが一番効果的な共済対策になると思います。

大澤　森松さん，料率の自由化という問題ね。結局，画一化ということと自由化ということ，また業界として将来この点についてどうあるべきかということ，また会社間の格差がありますから現状をわきまえて。色々難しい面もありますが，流れというものもあるわけです。どういうふうにしたらいいかということをお話し願いたいのですが。

森松　非常に難しい問題だと思います。私みたいな局外者があまり軽々に暴論を吐いてもいけないことですけれど……。泉瑞さんのお話に出ましたように，「執行猶予答申」であるとか「黒船答申」であるとかといった色々な評価がされておるわけですけれども，何といってもその中核になっているのはご指摘の料率のあり方・算出の仕方── 特に付加保険料率だと思うのです。

考えてみますと，44年の自由化答申，50年の効率化答申，そして56年の答申も，全部この料率のあり方に問題意識の焦点がある。しかし，この点になかなか前進的メスが入れられないでいる。そこで，泉瑞さんが私の著書の一節をお読みいただいたように，「伝家の宝刀を抜いた」。これは，実は56年答申草案をつくられた西嶋先生が述べられている言葉なんですが私はそういうふうに評価してるわけです。

では，どうあるべきかということになりますが，端的に言えば付加保険料率部分について経営効率を反映したものとし，これを消費者に還元していくことではないかと思うんです。そうすると泉瑞さんのご指摘のように上位と下位の差が100対1もある。こういう中では潰れる会社が出るだろう。だからそういうことを防ぐためには，経営の特化策を進めるとか，あるいは提携をしてでも生き残る策を考えるべきであると答申は示唆しているわけです。

たまたま，最近，金融自由化論の進展の中で証券業界の株式売買手数料の自由化という問題が出てるわけですね。現在，証券の手数料も証券法によって独禁法適用除外になっています。損保と同じなんです。この論議は銀行業界のほうから，言わば証券業界の垣根越しの攻勢をけん制する意味もあって出されている。こうした論議に対して証券業界では，限界企業の崩壊という事態を招きかねない大きな問題であるということで，反対の態度をとっている。しかし需要者にとっては，これは歓迎されることであるという評価がされている。この論理は全く損保の料率論議にも当てはまると思うんですね。

私の独断的意見を言わせてもらえば，いわゆる現在の20社体制は再構築せざるを得ないんじゃないか。言いかえれば業界構造は変わらざるを得ないのではないかと思っています。その形態は，グループ化という形か，あるいは損保業界内でなくて外国資本あるいは銀行・証券といった金融資本とか，他の産業資本，さらには情報資本などとの提携という形をとって必然的な構造改革がもたらされるように思います。今日の保険行政担当者も，こうした展望について否定していないというのが私の感触ですね。ですから行政は，保険料率の検証，特に付加保険料率についてはギリギリの線での見直しを厳しくしていくものと思います。ということは，結果としては限界企業の集約化ないしは再編成は避けられない情勢が強まっていくと見ます。

大澤　これは微妙な問題でね。要するに付加保険料だと思うんですよ。その算出方法が変わってくると思うんです。だからそれをやっていくと，今度は業界としてどういうふうにそれに対応していくかというふうな問題に必然的になるんじゃないか。こういう時代に入ってきてるんじゃないかという感じですね。ま，森松さんのおっしゃる意味は一応そういうふうなことですね。そういうふうになってこないと，自主的にやれといったって，むずかしい問題があります。

須田　料率の画一性あるいはカルテルということについて考えますと，料率には業法認可料率と算定会料率とがあり，そのうち算定会料率についていうと，算定会という専門機関がつくった料率を各社が使ってるわけで，戦前のように料率を各社で協定し合うというようないわゆる協定料率ではないんです。

それから，もう一つ，業界で同じ料率を使ってますけど，料率というのは保険というサービス，無形の経済財の値段ですから，保険というサービスの中身いかんによってその料率が高いのか安いのかが決まってくると思うのです。ですから，例えば十分な負担能力があるとか，契約のときも支払うときもスピーディに取り扱うとか，保険についての情報を親切に正しく出してくれる会社とか，身近なところに店舗がある会社とか，その他色々あると思いますが，そういう会社がある一方，そうでない会社というのもあると思うんです。したがって，今言ったような意味で，相対的にいい会社の料率は経済的に割安になってるはずです。だからその問題を考えると，現在，既に形は画一かも知れませんけど，その中身との兼ね合いでいきますと，サービス（保険サービスの内容）のいかんによって割安か割高のレートであろうかと思います。

それから，付加保険料の問題ですが，保険のように営業保険料というとらえ方のほかに純保険料と付加保険料とを区分していますが，そのような例は他にそうないのではないかと思います。この万年筆でも，メガネでも，値段は一本であって，素材のハードの部分のコストとソフトの部分のコストプラス利潤，で考えるようなことはしないと思います。純保険料と付加保険料とを一本でみて，いわゆる営業保険料でみるというのが他の産業の例であろうと思います。

保険というのは言うまでもなく確率を土台とする商売でありますから，そうすると営業保険料の料率を念頭においてアンダーライティングが行なわれることになります。保険における競争とは，さっき言ったようないわゆるサービス（保険サービスの内容）の競争と，アンダーライティングの競争ということになると思います。そして，営業保険料の料率の高さについては大澤常務からお話があったように，比較して低い料率と他方高い料率との両方があった場合には，経済原則からみて，低いほうに収れんすることになりましょう。

それから，業界紙だったと思いますが，ある方がそこで言われたことなんですが，日本の国民性，文化性との関連について指摘されています。例えばアメリカですと，保険会社が潰れると，通常，つけた人が悪いとみんながそう思うのだそうです。日本は，つ

けた人が悪いんではなくて認可した側が悪いと多くの人々から見られちゃう，ということをいわれた。日本というのは政府の役割りが大きく，非常に日本的なムードがあって認可したお上が悪いというふうに見られるんじゃないかということなんですが。これは非常に日本人のものの考え方の一面を突いているという気がします。

大澤　集約化ということになるかどうか，これは業界の立場にいるとわからないと思うんですね。いわゆる他の資本が入ってくるということね。例えばＡ保険会社がＢ保険会社を吸収するとか合併するとかはしないと思います。しかし例えばＡ保険会社がＢ保険会社を人的その他で援助することはあり得ると思います。また，これからは大企業のようなところが出てくるかも知れないという感じがするんです。だから集約化というということも一つの考え方としてはあるけれども，なかなか難しいんじゃないかという感じがしますね。

森松　私が言う集約化は，現在の元受け20社体制，これは数が少なくなるかも知れないけれども，一方，特色を持った外国損保の参入あるいは他資本との提携などで新規参入があり，もっと数は増えるようになるかも知れないという再構築の意味合いもある。ニューメディアと金融自由化の進展はその大きなカギというか契機を成すかも知れないと思うんです。

金融の自由化

大澤　申し訳ないんですけど先にいきますと，外的要因は社会・経済の変化という問題ですね。その一つの例として金融の自由化の問題，それからニューメディアの問題，これが非常に大きなウェイトで業界に影響を与えるんじゃないかと思うわけです。

やはり基本的な日本人の社会というものを無視してやると，混乱を招くということがあると思うんですね。例えば，預金を自由化して銀行が潰れちゃっても，そういう銀行に預金した預金者が悪いんだなんていうことで割り切れば，それは差しつかえないかも

知れないけれども,そういうふうな社会じゃないから（将来10年後，20年後はわかりませんが），基本的な消費者保護という思想はなかなか変えられないと思うんですね。
その範囲で金融の自由化をするべきですね。それからニューメディアという問題です。あるいは技術革新といってもいいかも知れないけれど，こういう問題がこれからの業界に対して非常に大きな流れというふうになるのじゃないかと思うんです。それについて森松さん，どうですか。

森松　私はこの金融自由化の進展の中で起こってくる限界金融機関の危機問題は，おっしゃるように日本の国民性からして潰れてもいいというふうにはいかない，ということは確かだと思います。しかし一方では「そういう考え方が日本にはある。だからといって，現在のまま行政が業界保護を続けるといったことは許されない」という意見もあります。ですから，この金融自由化という問題は，限界企業が潰れてもいいとか悪いとかの問題だけで論じられない。証券・銀行の垣根あるいは生保・信託がそこへ加わって競争市場は激化してきますが，そこへ冒頭に申し上げたように損保も積立型商品にシフトしていく中で，必然的に巻き込まれざるを得ない情況にある。率直にいえば，金利戦争の中に損保も打って出ることになるが，消費者の金利選好意識が高まってる中では，それへの対応体制，戦力を持つ企業体力づくりは避けられないことではないかと思うんです。

大澤　金融自由化というのは何かということがあると思うんですね。端的に言うと金利の問題とサービスというか，制度の問題ですね。例えば日本の金融というのは，業務内容が，信託が長期資金を融資するとか，都市銀行はこうだとか，あるいは信金はこうだとある程度分かれているわけですね。

ところが高齢化社会になってきた場合，年金の産業が非常なウェイトをもってくるわけですね。現在年金をやっているのはどこかというと生保と信託しかない。そうすると，みすみすそういうものを手をこまねいているというのはどうなのかということです。

積立型保険の将来

大澤　それはさて置きまして，損保が現在積立型保険を非常に積極的にやっているわけです。従って将来やはり総合金融機関的な体質になると思います。また積立保険を増やすためには，消費者ニーズに合わせて，やはり高利で契約者配当をやらざるを得ないという情況です。しかしまた損保の特質があります。危険負担というものをかかえている。だから一般の金融機関のように金を預かって利息をつけるというだけではなくて，危険を負担するという要素があります。そういうことの中で積立保険が増えていくということです。こういう問題について，代理店の立場から見たらどうですか。積立保険と金融の問題。

泉瑞　非常に大きな問題で…（笑い），私はこんなことを考えています。損保も金融機関，準金融機関ということは従来から言われており，森松さんが言われたような業際間の垣根がどんどん低くなり，損保も金融商品をどんどん開発して，それをひっさげて金融機関の中に敢然として打って出るでしょう。これはますますその傾向を強めていくだろうと思いますし，行政としても積立商品は好ましいという姿で見てるわけですから，社会の望む一つの方向に合致していると思います。確かにニーズは存在するわけです。

代理店サイドから見るだけでなく，保険会社から見てもこの積立商品というのは非常に魅力ある商品だと思うんです。つまり従来は単にリザルトを目的に営業してたわけです。積立商品は言うならば，銀行さんと同じく人さまの褌で角力をとらせて貰うわけですから，金融的メリットは損保にとって大きな魅力ですね。さらに最近の傾向として，いわゆる自社内に金融商品販売のための金融会社をつくって積立商品を売るという一石三鳥をねらう頭のいい業界です。また，これは各社が投資先の 点からも消化しやすい体制ができて助かると思いますし，代理店サイドも経営上からそういう商品の多様化を観迎する人たちが多くなっています。共済の台頭で，自動車，火災等について非常に危機感があるわけですが，増収の極めて難しい環境の中から，これから増やせるものは何かというならば，特に人保険を中心とした積立保険ということになるのではないでしょ

うか。今後はそんな関連の中で拡大して行かざるを得ないんではないかと思います。

大澤　森松さん，どうですか。

森松　私は泉瑞さんのお言葉とは全く逆の，私の持論なんですが，損害保険の本質・機能は何かという場合にリスク保障，リスク・テイキングにあると思います。そういう中で現在，積立型保険は損保の総資産が約８兆8,000億，約９兆円ですが，その30％近い比重（全社平均）を占めている。保険料ベースでいくと23％ぐらいあるわけです。さらにそうした趨勢の中で今度は３年の長総，積ファが出てくる，各社個別の積立型保険が誕生してくる。必然的に積立型へ損保はシフトしていく。確かに積立型商品といっても，保障機能プラス貯蓄機能だとおっしゃるんですが，金融自由化というのは先程来申し上げているように，端的に言えば金利戦争なんですね。これに勝つノウハウを持っているか。あるいはそれに対応できる情報ないしはサービス網をもっているのか。こういう点で充分な対応ないしは即応体制が全社的に用意されているのかどうか，どうしても私は疑問に思えるんです。

むしろ，ハイテク，先端産業時代の中で損害保険が保障すべきリスク市場というのは非常に膨大なものがでてきつつあるわけですから，そういうものへの対応というものももっと進めるべきじゃないか。あまり草木もなびくように積立型へシフトしていると金利戦争に負けちゃうんじゃないかと心配しているんです。

しかし一方では大澤常務のおっしゃったように，年金市場，あるいは社会保障の自助努力，市場の拡大の中ではこれに打って出ざるを得ないという要因もあります。ならば，銀行・証券・生保・信託，これをはっきり競争の相手にするということですから，そうしたものへ対応できる充分な体制を早くつくる必要があるということです。自力でできないとすれば必然的に，例えば証券とか信託，生保とのタイアップといった構造変化がでてくるだろうと思いますね。

大澤　須田さんは。

須田　積立型保険について色々なお話があったんですけれど，現状を見てみますと，損保で積立型保険がありますのは，ご承知のとおり世界で日本と韓国だけです。その他

の国はやってないわけです。従って，銀行自体が保険業務を取り扱うことはできませんが，保険会社は保険機能と貯蓄機能と両方の機能がありますので，必然的に消費者に対して金融サービスを提供していかなければならないということになるわけです。

これは背景が色々あろうかと思います。日本で積立型の損保が伸びているのは，ニーズがあるといいますか，貯蓄性向が高い国民性にピッタリきたんだと思います。そもそも日本の生命保険が伸びたのは，養老保険，すなわち生死混合保険ですね。生存保険と死亡保険とを一緒にした養老保険で伸びたわけですから，日本人というのは貯えるという文化的背景が，そういうふうなニーズがあって伸びているんだろうと思います。

そういう現状で今後の問題となると，金融自由化というのは一つには金利戦争でありますから，いわば保障と貯蓄が一緒にできるということは，結果的に他の金融機関と既に競合しているわけです。すなわち，積立型保険による資産のウエイトは高くなっているので，資産運用は極めて重要な問題となってきています。同時に，資産運用ばかりでなくカード等々をはじめとして総合的な金融サービスの提供をはからなければならなくなってくるわけです。

泉瑞　危険だという中には，中小会社でやっぱり契配なんかの問題で背伸びしているところがあり，指導があって今年から契配が若干下がりました。

積立商品を各社がますます拡大していくでしょうが，私は長総発売当初，大蔵の担当官から長総で集めた保険料は利息をつけて返すことになるんだからと強く念を押されたことを想い出しますね。確かにその辺のところをもう一度，謙虚にかみしめてみなければいけないですね。

積立商品は，またアメリカのコングロマリット的な考え方で，金集めの手段として機能する側面もありますし，仮に自社内だけで消化，投融資が行なわれなくても，企業グループ内で集めた金を有効に利用するという新たな企業メリットも考えられる時代になりました。

森松　私は大澤常務をはじめ皆さんに逆にご質問したいんですが，よくニーズがあるから売れると業界の方々はおっしゃるんです。しかし，これは，どうも先程来私が申し

上げている業界論理というのか，メーカー・オリエンテッドの思想が強い。消費者のためのいわゆるマーケット・オリエンテッドの思想が薄いように思えて仕方がないんです。私一人が意地悪な意見ばかり申し上げているようで恐縮ですが……（笑い）。

大澤　なかなか難しいですよね。基本的には資金運用面で企業努力し，結果的に高利に運用できる体制ができていれば別ですが。他業界と，積立保険をやっていく場合は，まず基本的に違うということです。さっきお話しましたように，リスクを負担してるわけです。これがまず大事な仕事ですよね。

それから，いわゆる貯蓄性のものだから，結果的に努力して契配を多くするということですよね。しかし，信託と同じ利息で契配を実行した場合，実際に金が入ってくるのは代理店経由で入ってきてるわけですから，信託と比べ入金遅れという問題とか，負債利子の問題とかまたは，期間対応の問題とか，いろいろの問題があります。

こういう問題を抱えて積立保険をやっているということです。従って，高い利息で金利競争をやっていく体質が，損保業界にあるのかないのかということです。そういうことをはっきりさせて募集するならばいいですけれども，いわゆる他と比べて金利が高いとか契配の配当率のみを強調して募集するというやり方は行き詰まるという感じがしますね。

それから，新しい積立型商品ということについては，この問題が解決しないと結果的には問題があると思うんです。だから本質的なことをわきまえて，そして商品内容で販売しないといけないのではないかと思う。一つの例で申し上げますと，多くの保険会社の元受保険料の計上は積立保険料と純保険料というものを分けてないですよ。そうすると挙績ということで考えると，積立保険料部分を加えた数字でやってるわけです。それで占有率がどうだとか言っているわけです。これはいたし方ないとしても，ここまで長い年月がたち，経験を積めば保険金額で数字を見る見方を一つ入れるべきですね。いわゆる保険料だけで見ると結果的に誤解しますよ。形が大きくても内容がないというかね。だから新商品の問題についていえば，そこのところの基本姿勢がしっかりしないといけないと思います。

それから，ロスレーシオがどうなっていくかということです。このこともわきまえるべきです。

森松　積立保険が今後出るとすれば，もう既にうわさに上っている積立家族傷害，積立自動車，あるいはやがて積立パッケージ保険的なものも出てくるでしょう。こういうものが当面考えられますけれども，いずれにしてもこれによって新契約を増やしていく販売体制が大事だと思いますね。増えなければジリ貧になる。既存契約の単なる移行に終わったんでは意味がない。

大澤　そうなんですね。今，僕も話そうと思ってたんだけど，さっき話したようなことが一つですね。それから一つは今森松さんがおっしゃったように，新しいものを開拓するための種目かどうかということなんです。既存のものをまとめるのは何のプラスにもならないで，かつ第１段階の問題があるからますますおかしくなっちゃう。だから新しいものを開拓するための商品を積立型でどういうものを考えていくか。今，実際にないんですよね。今考えてるのは，この間も私，業界で言いましたけど，積自でしょ。それから家族傷害。それからパッケージでしょ。この３つしか今のところない。そうすると，それを業界としてやった場合，今のような話で既存のものを切り替えるだけですよ。だから資金がこういうふうに入ってくるというだけのことですね。積立の保険料が保険会社に入ってくる。その間の期間にどういうふうに回転させていくか。それで儲けるということになると，今の保険会社の財務をもっと充実させていかないとならないと思います。

今の金融機関としては，年金市場は残された最大の市場だと思っている。現在，日本ぐらい金融機関の業務分野の調整といいますか，区分がはっきりしている国はないのではないですか。非常に大きなうねりがきているという認識は必要なんじゃないのかね。

森松　それともう一つは，やっぱり赤字国債の消化の問題，これの運用問題がありますね。ただ，金融自由化の中でみんな年金市場に熱い目を向けてるが，もう一つは，これは「インシュアランス」の座談会の中でも出ておりましたけれど，健康保険，これを補完する市場の開発は皆さんあまり言われないんですね。ご承知のように，アメリカあ

たりは日本のような健保制度がないこともありましょうが，Ａ＆Ｈ（アクシデント＆ヘルス・インシュアランス）がかなりのウエイトを占めているわけですね。

この高齢化社会の中で私は身近に老人を抱えて痛切に思うのは，ボケ老人はともかくとして，老人で一番動けなくなる原因は骨折ですね。このアクシデントが起こると寝たきりになる。ですからこういう危険に対しては，もっと若い時代から，老齢になって65歳以上で骨折になった場合には，入院補償とか治療補償をするようなヘルス・インシュアランスを考えて欲しいと思いますね。

大澤　そうなんだ。だからもう考えてる人いますよ。そういうふうなことを考えて，新しい市場を開拓していかないとならないと思うんですね。これも時代の流れです。

募集の問題

大澤　最近信販会社が代理店をやったり，店頭販売を積極的に始めたり，募集というものについての流れの変化があると思うんです。これについて，森松さんどうですか。

森松　従来の損害保険の販売・募集というのは，代理店による募集だったわけですね。まさに聖域だったと思うんです。ところが80年代に入って，おっしゃるように信販ないしはクレジットあるいは銀行，流通機関そういうところで色々なチャネルができたわけですね。そうした中で最近の新聞に載ってるように，まさにカード・ウォーズというんでしょうかね，カード戦争の中へ入ってきた。こういう中で 既存のいわゆる損保の専業代理店というのは，市場が相当侵蝕されている。こう問題について業界はどういう対応をするのか。単に「プロ代理店養成」という言葉だけの口頭禅では済まされない問題があるように思います。

こういう販売チャネルの多様化の中での今後の損害保険代理店制度のあり方が見直されなくてはならない。しかし一方では，販売チャネルが多様化することによって，消費者にとっては保険購入のチャンスが増えるというメリットはあるでしょう。でも私は，それは他方に危険な側面を持っていると思います。安易に買えるから，色々なトラブル

が逆に起こってこないかという面での危険を包蔵してる。しかし，いずれにしても損害保険事業の経営上の大きな問題として募集機構の構造的変革が起こっている。これへの対応を早く進めないといけないと思います。

大澤　泉瑞さん，どう考えますか。

泉瑞　今カード会社等の制度が問題になってきたんですが，これは森松さんからおっしゃったように，過去，私達を中心的チャネルとして今日の損保会社の隆盛発展があったということ自体に異論はない筈ですが，これから2,3年先あるいは10年先，募集チャネルは多い程良いとの次元で問題をとらえた場合，募集チャネルの多様化と量的拡大，そのことは将来的な深い洞察のもとに行なわなければならないと思います。今後の損保の発展のためには，顧客対応力や資質面の充実が代理店に課せられた最大の課題だと考えます。したがって，新しいチャネルの代理店についても，十分な顧客対応力を持つことが要求されると思います。

大澤　損保に課せられた課題は基本的には普及率の拡大にあって，そのためには，いろんなチャネルを通じて顧客と接することは損保の重要な使命だと思います。森松さんが懸念されているような安易な販売によるトラブルの防止については，代理店の顧客対応力の向上ということが欠かせません。

森松　なぜこういうものが出てきてるかという背景を考えてみる必要があると思うんですね。いわゆるサービス市場というのが大きく広がってきていますから，保険の分野にまで入ってきている。しかも，例えば丸井の青井社長だったと思いますが，保険の募集手数料収入はメリットがある，魅力があるということです。こういう点でも，損保自体が誘発してる問題があると思います。例えば，消費者側に立てば継続契約と新規契約の手数料はなぜ違わないのか。乗り合い制度があるためにそうなってますが……。それから大口契約と小口契約となぜ同じ手数料なのか。これは先程もふれましたように証券手数料が既に自由化問題が出てるわけですね。

大澤　そうですね。考えてはいるんだけど実行が難しいというとこじゃないですかね。須田さん，どうですか。

須田　非常に難しい問題だと思います。保険を売るというのは目に見える商品を売るのと全然違うと思うんです。売って終わりじゃなくて，売ってから，その時が「始まり」になるわけです。だからよく，売るほうがお客さんに対して，十分説明をしてもらうことが必要だと思います。やはり「人」が問題だと思いますね。一番基本的なことであろうと思います。

したがって，ここでニューメディアとの関係を考えますと，次のようなことがいえるのではないでしょうか。いくらニューメディアが開発されても，それだけで保険募集の全てが済むというのではなく，やはりお客さんのために良い保険をきちんと説明していただく代理店さんというのは，何といっても必要だということです。一部の学者の先生が，ニューメディアがでてきて3年後には代理店さんがいらなくなるというようなことを言われるが，そんなことはないと思います。やはり保険は単なる商品とは違うんだと思います。

森松　積立型保険へシフトしていくという業界の一つの選択の中で，やはりこの販売という問題が大きくつきまとうと思う。だから,そういう中では，簡単に申し上げると損害保険代理店は本当にプロのリスク・プランナーであると同時に，フィナンシャル・コンサルタント的機能も持っていかないといけないのじゃないのかと思いますね。

それから，ニューメディアの問題について今須田さんからご指摘がありましたが，私も全くそう思います。機械が人間に取って替わり得ない面がある。特に保険の場合は，買う人の意識・思想に左右される商品なんです。目に見えない ── そういう思想・意識商品なるがゆえに，どうしても最終的な成約に結びつけるには人の介在を必要とする。従って，ニューメディアの出現で代理店が消えてなくなるというのは，少なくとも現段階では早計だと考えます。

たしかに，これから21世紀の時代になっていきますと，人々の意識というものも変わってきますし，メカに強くなっていきますので，そういうものが媒介の役割りをもってくることは将来的には否定できないと思います。

須田　そうですね。私もそう思います。 総合的なフィナンシャル・サービスといいます

か，損保を軸とする総合金融サービスの提供ということで，代理店さんの役割りは重要になってくると思います。最近目についたのですが，損保協会の前副会長だった磯辺さんが，博報堂の社長となって広告代理店の役割について言っておられますが，従来の広告代理店というのは，広告主と新聞社なり雑誌社なりの媒体を広告でつなぐ代理業であったというんですね。しかし自分が広告代理店の社長として考えてみたらそうじゃなくて，情報産業として，マーケッティング・エンジニアリングという言葉を使っておられますけど，そうあるべきではないかと思う，と。例えばということで銀行についても磯辺さんは言っておられますが，銀行は単なる預金の出し入れを扱う機関ではないはずだ，と。本来的に金融と財務とか全てにわたるフィナンシャル・エンジニアリングではないか，そういう機能であると磯辺さんはおっしゃっておられます。保険代理店さんについては言っておられませんが，その言い方をお借りしますと保険代理店さんも同じくフィナンシャル・サービスを提供する機能をもつ「エンジニアリング」ということになると思います。

泉瑞　業界内で私達は，前々から言っているように，また，塙さんが時々引用されてますけど，「保険しか売ろうとしないものは，保険すら売れない」と。保険周辺の問題について，いわゆるコンサルタント的な機能をもっていなければ，保険も売れない。これはもう，我々自身が日常痛い程認識していることです。

大澤　要するにチャネルの問題なんですよね。ニューメディアの問題でいえば，情報が発達して，また情報が早くつかめると思いますね。ただ，契約ということになりますと，やはりここに説得とかあるいは勧誘とか，対話が必要だということです。だから情報を的確に把握して，そしてよく勉強をして，良い商品を考えていて，お客さんに信頼を得て，説得勧誘するということが必要ですから，代理店がなくなるなんてことはありません。

森松　それと，情報の送り手はそういうニューメディアを使って送ってくるでしょうけど，受け手の問題があるんです。例えば，受信料がある，ハード料がある。

大澤　やはり金がかかるしね。そう簡単に頭で考えたようにはいかない。例えば，こ

の間も，ある人が退職金を貰いまして，いいカメラを買ったらしいんですよ，そのいいカメラというのが色々な操作ができるカメラです。ところが，その本人はあまり研究をしていない。だから一つの機能しか使えない。ソフト面がちゃんとしていないんですよね。だから,いかに立派な機械があっても，それに乗るということがなかなか難しい。

しかし時代の変化ですからね。それに対応する姿勢は必要です。代理店の存在価値はありますよ。

ただ，チャネルが色々増加してくるという。例えば，信販会社が代理店をやるという場合に，断ることができません。しかしカード所有者になれば団体契約の扱いができ，料率が安くなるということは問題がありますね。

泉瑞　レートを安くするんじゃなくて，森松さんがおっしゃるようにその種の代理店には手数料を安くすればいいんですね。

大澤　そういうレートの問題が一つありますよね。大口で契約を集めるのだから，レートを安くするという理論もあります。

あと一つは泉瑞さんが今言うように，手数料率というものをどういうふうに変化させていくかということですね。チャネルを制限するということは実際問題としてなかなかできないことじゃないかと思うんですね。一般の消費者から見れば，色々の募集チャネルがあってもいいんではないかと考えます。

泉瑞　大蔵省の方が以前言っていたんですが，損保の代理店は一度も勧誘に来たことがないと。だから名刺にも資格・種別を刷り，看板もあげ，できるだけ表の方に（裏町産業だと，私言ったんですけど）店を開けるようにと。私は，損保の代理店が行かないのは普及に対するエクスペンスが払えないんだと。生保の方は単なる成功報酬ではありませんから。ところが損保はそういう構造に明治以来なっていなかった。

大澤　だから，そういうことが理由になるかどうかということですよね。

それはさて置きまして，僕はやはり，チャネルの増加というものが一つの流れとしてあるんじゃないかというような感じですね。だから，その次の段階でそれをどういうふうにしていくのかということを考えていく時代に入ってきたんじゃないかという感じが

するんですけど，どうですか泉瑞さん。

泉瑞　かつて，こういうことを聞いたことがあるんですよ。現在の生保が，募集体制として不満足ながらも一つの安定期を迎えたのは，すなわち，社会的批判と行政指導の結果で，それまで50何万人なんて募集人を抱えていた生保業界が今や実質１５,６万人ぐらいになって，最近生保の募集上の弊害というものが聞かれなくなってきたということです。生保産業の自助努力もあったけれど，好ましい状態になっていると思います。

しかし，先程来言いますように，銀行，生保，損保という順に遅れている損保が，研修生問題等を抱えつつも，代理店から見ると乱設という形で募集網の量的拡大が野放しに続行されていることに疑問と不安を感じますね。数の点から言えば，生保でも５万人ぐらいでいいんだと聞きましたが……。５万人という数は見解の相違があるにせよ，損保もノン・マリンで顧客対応力をもっているのは上級以上と見れば４万ぐらいだと思います。５万という数は，日本の損保マーケットを考えたとき丁度いいかなと思いますし，仮に100歩を譲ったとしても本当に機能する代理店は10万人ぐらいかと思うわけですよ。そして，上級以上の４万店ぐらいで全体の70％以上を扱っていることも考えてほしいですね。

要は，代理店の全体としての数の問題もありますけど，力を持った代理店の数をふやすということが必要だと思います。まだ，新ノンマリン代理店制度で認められた最高の力を持った特級一般代理店の数は，400店あまり，上級以上代理店の１パーセント以内にすぎません。これを今後，ふやしていくということが，代理店の質の向上をはかる具体的な方法ではないかと思います。

そういった意味では，現在上級以上の４万店の代理店の皆さんが，もれなく，少しでも早く特級一般の代理店になれるよう努力することが必要であると思いますし，同時にプロ代理店の育成をめざして各社がやっている研修生出身者が上級代理店でとどまることなく特級一般の代理店になってもらい，ともに損害保険業界のために力をいれていくのがもっとも理想的な形と思います。

最近，代理店協会も新しいことを言い出しまして，今までは社団法人の業界団体の立場を強く考えてきたけれども，今後は職業団体としての立場から，メリットを考えてい

くと言っていました。既存代理店の存立基盤が先になければ職業団体としての存在意義はないと主張しはじめています。

大澤　森松さん，先程ちょっとお話が出ましたけど，代理店の募集形態につきましても，構造的な変革がくるんじゃないかという話もありましたけど，具体的にどういうことか，ちょっとご披露願えませんか。

森松　つまり，社会がカード戦争という言葉に代表されるように，サークル型社会，あるいは会員制社会といつたものに包括されてきていますね。そういう中では，損保従来の代理店というものの活動市場・範囲というのが非常に限定され奪われてきている。ですから現在の代理店制度のあり方，あるいは募集環境の整備というものが進められない限り，本当に今の専業代理店の方は将来に不安をもっておられると思うんです。

泉瑞さんはさっき，代理店の数の問題をおっしゃったんですが，ちょうど56年答申が審議される過程で，当時27万店あったノン・マリンは恐らく15万店ぐらいあればいいんじゃないかという論議が出たということを聞いています。これは募集手数料のウェイトが非常に大きくなってきているというようなことから，そういう話題が出てたんですが，販売チャネルの多様化の中で，特に損保のプロ代理店の活動市場が狭まっている。生命保険のほうについては，それほどじゃないように思われるんです。実態をよく知りませんけれども。これはなぜかというと，やっぱり，過去30数年にわたって,さっきの戸別訪問がなかなかないというようなこともあるんですが，やはり大衆家計市場への浸透戦略というものがなかったから，こういう，たまたまサークル型社会への進行の中でうまくカードとかクレジットとかがはいってきた。

ですから，これは短期的なものと見るか，構造的なものと見るかはわかりませんが，カードやメディアで安直に売っていく，買っていくということになれば，非常なトラブルが発生しやしないかという危険がある。例えば銀行カードで現金を引き出すことができるのは便利ですが犯罪も派生している。つまり，そうした新しいシステムが出てくると，それを今度は逆用する，悪用するというのが出てくる。ですから，そういう点では，一時的なものと見るべきかと思うんですが，少なくとも現在の変化から見ると，構

造的変革だと私は思うんですね。

構造的であるから，そういう変革に対して，代理店制度というのは，もう1回見直しをされなくちゃいけないと思うんです。新ノン・マリン代理店制度に昨年の9月に移行が終わって，これでこと足れり，じゃないと思うんです。

大澤　そりゃそうですよね。こと足れりじゃない。これをどういうふうにもっていくかということなんですがね。やはり，非常に難しい問題ですね。代理店問題は，いわゆる将来にわたって代理店制度そのものを検討しなければならないということでしょうね。

森松　最後に一言申しあげたいことは，この座談会のレジメの中にも“第3の波”と書かれているけれども，やはりわが国損害保険事業が1世紀の歴史を経て，いまや歴史的転換期を迎えているといわれるように大事な次の2世紀の途に入るための段階にある。ここでその選択を誤ると，今後10年，20年先に大変，損害保険事業は変わってしまう。他の金融機関にとられてしまうようなことすら起こりかねない。そういう歴史的な選択を今の経営者は背負っている。このことへの認識がきちんと出来ていなければ具体的方法論は出てこないのではないかということです。

大澤　だから，昭和30年頃の共済のときと同じような，ひとつの時代に現在なっているということですよね。あの時に真剣に考えていれば，今，ここまでこういうふうにならなかったんじゃないかと思います。当時としては真剣に考えたのでしょうけどあとになってみると問題が残っていますね。

現在も多種多様な問題を抱えて，その対策あるいは対応を誤ると，非常に将来禍根を残すという事態がいろいろあるということでしょうね。これは非常に抽象論で，思いつきのようですけど，機会があったら，しかるべき機関で代理店問題を議論していただくということなども必要じゃないかと思うんですよね。

森松　全くそうですね。例えば保険審議会なんかでも，学識経験者という名の立派な方が出てそれなりにいろいろと論議をされておりますが，例えば販売網なんかの問題について，必要に応じて山中日本代理店協会長にちょっときて意見を述べさせるぐらいのことで答申ができるという問題じゃないと思います。もっと日常の活動を通して実際に

消費者との接点にある人の声を十分に聞く。そういう審議会メンバーの構成が望まれますね。あまり高邁な理論の中に構築された指摘では，実効性がうすいと思うんですね。

大澤　代理店問題というのは，それだけ大きな問題だということと同時に，いろいろ難しい問題であるということも言えると思うんです。

競争と協調

大澤　それでは，そろそろ時間の都合もあって終わりにしたいと思いますが，最後に「競争と協調」ということについてお話しいただきたいと思います。

まず，競争と協調ということは色々なところで話が出るのですが，非常に抽象論ですので，競争と協調というものを，どういうことを競争すべきであり，どういうことを協調するべきかということについて，具体的な議論が必要ではないかと思うんです。森松さん，どうですか。

森松　難しい問題ですよね……。表裏の関係だと思うんですよね，競争と協調というのは。だからご指摘のように，どこまでが競争であり，どこからが協調するかっていうボーダーラインというのは非常に引きにくいだろうと思うんです。ただ，日本の損害保険事業の現状という点から見ますと，協調というものが一つの大きなバックボーンになってますね。このバックボーンの中心をなすものは，算定会料率だと思うんです。したがって算定会料率を順守するということが基本にあって，業界協調ということが強く叫ばれている。そういう中で，いわゆる「20社体制」というものが機能し，非常に秩序よく市場を守ってきたということが言えると思うんですね。そういう点の良い面はあると思うんです。その反面に競争というものが，本当に，市場にいわゆる市場原理と呼ぶようなものをもたらしたかどうかという点では，問題がある。この点が今日の56年答申などの指摘にも出ているように思うんですね。

1980年代つまり昭和56年以降，損害保険事業は大きく実態が変わってきたと思います。これはやはり客観情勢が非常に急速に変わってきて，未来というものがすぐ目の前

にやって来るような時代に入って来ている。そういう中では，やはり一つの枠の中だけではだめだということで，かなり行政の方でも，たとえばファイル・アンド・ユースなどに見られるように，今までにない弾力的な行政が行なわれている。一方，共済事業あるいは外社の進出とか，あるいは他の金融機関の市場への進出，そういういろいろな要因が新しく起こってきて，自律革新を促そうとしている。そういう中で，業界のいわゆる20社体制を維持しながらも，食うか食われるかの非常な厳しい状況に置かれているために，競争は激化しているということが一般に言われますね。場合によっては過当競争というような言葉が組合サイドでは言われるように，非常に激しい競争が出てきております。こういう中では二極分化という言葉が言われるように，力がある会社あるいは投下資本力を持つ会社と持たない会社，この体力の差が競争に現れてきているというふうに思われますね。

したがって業界秩序が先なのか，競争秩序が先なのか，この問題を考えてみる必要があるんじゃないか。どうも戦後，今日までの損害保険業界というのは，冒頭に申し上げたように算定会料率というものが一つの大きな柱になっているために，良い面をもたらしてはいるけれども，業界秩序が先にたってしまっているのではないか。いわゆる競争秩序の維持――競争秩序というのは非常に抽象的な言葉ですけれども，少くとも独占禁止法のねらいはここにあるわけですが，それがいささか後行している，後ろからついて行ってるということを感じますね。

大澤　須田さん，どうですか。

須田　今，業界秩序が先か，競争秩序が先かというお話があったわけですけれども，これは言い替えますと業界にとって良いことか，あるいは保険の消費者にとって良いことかと，そういうふうな目で物事をみるということであろうかと思うんです。すなわち競争と協調を考える場合，具体的な色々な問題（事業免許の問題とか料率の問題とかいろいろありますけれども）で，「ものさし」をどこに置くかということだろうと思うんです。ある具体的な事項について，競争した方がいいのか，協調した方がいいのかについての「ものさし」が業界にとってプラスなことかマイナスなことか，あるいは保険の

消費者にとってプラスであるかマイナスであるか，そういうふうな議論であろうかと思います。私はそのどちらかに偏するというのは，やはり問題ではないかなという気がします。損保の秩序とかシステムにおいて大事なのは業界とか消費者にとって良いか悪いかということじゃなくて，国民経済として損害保険事業をどうしたらいいかという，それが「ものさし」であるべきだと思うんです。国民経済上どうかという「ものさし」にあてはめて，この面では競争した方が良い，あるいはこの面では協調した方が良いと，そういうことがいえるのではないかと思います。

非常に抽象的な言い方かも知れませんけれど，私は競争か協調かの「ものさし」というのは，消費者か業界かのいずれかに偏するのではなくて，日本という，国民経済にとって保険制度のシステム，あるいは秩序からみてどうなるのかという面の問題が非常に大事なのだろうと思います。

大澤　泉瑞さんは。

泉瑞　かつて私は「インシュアランス」の紙上で ―（たぶん森松さんがお書きになった論説じゃないかと思いますが）―「どこで協調し，どこで競争するのか」というような一文を見たことがあります。競争なるものを，行政あるいは国民大衆がどういうふうに考えているのかと言いますと，いわゆる業界内のコップの中の競争ということでなく，審議会答申の中でも言われてるように，自由化を目指したところの，本来望ましい競争をやってもらいたいんだということでした。

それは，二極分化のお話もあったわけで，乗り越えるものは乗り越えて，その方向に添ったアクションを具体的にやっていくべきだと。いうならば護送船団方式は業界，国民経済上，共にためにならず，過保護ということはもうなじまない時代が来ているので，是非それを含みに活力のある競争を展開して，国民大衆に本当の意味のサービスが行き届くようにしてもらいたいというのが願望だろうと思うんですね。そういう点では，本当の意味の競争ということをやってもらいたい。ただ，「協調」ということを今まで余りにも重視し過ぎて，損保業界が非常に遅れた体質になって社会から批判されているわけですから，もう，それらを脱却する時が来たと言うふうな感が強いです。

大澤　私の方からちょっとこの件について申し上げますと，さっき森松さんのおっしゃるように，やはり業界秩序という問題と競争秩序という問題と，その両方のウエイトの問題がこういうふうにあると思うんですね。したがって，やはりどうしても業界秩序が優先するという傾向が無きにしもあらずじゃないかと。したがって，そういう面からこれからは競争秩序のウエイトを持たせるということが必要じゃないかと，こういうふうに思うわけです。

そこにおいてやはり「ものさし」というものが問題になるわけです。その「ものさし」というものが何かということが，今，須田さんのおっしゃるように必要じゃないかと思うわけです。この「ものさし」は，今の現状で言えばやはり消費者から見た場合の，どうあるべきであるかという，そのことをウエイトを持たすということですね。だから，今まで本当に健全に発達しているならば，いわゆる国民経済という観点から考えなくてはいけないと思いますけれども，今までの状態から考えると，極端に言えば「消費者不在の」という誤解を与えられる可能性もあった。したがって，消費者から見た場合にどうあるべきであるかを考えると，競争秩序のウエイトを重視していかなければならないと感ずるわけです。その他にありますかね。

須田　競争という言葉の内容なんですけれどもね。たとえば営業第一線では各社非常に激しい競争を業界でやっているわけですね。それから，業界内ばかりではなくて，他の業界との競争も相当激しいものがありますね。したがって，競争といってもその言葉の内味あるいは実態をつかまなければならないと思います。

大澤　そうですね。

泉瑞　今，大澤さんの言われたように，確かに消費者サイドに立って考える「ものさし」は，やっぱり国民が中心で，行政は，厚生省ではないにしても弱者救済的なスタンスというものも考えなければならない時代です。かつて行政官が三者ハッピーとか言ったことがありますけれども，どうしても今までは業界中心の論理でやってきましたが，これからは，力点を替えて考えていかなければ取り残された業界になってしまうと思います。

森松さんも言っておられるように，あんまり自分達だけの論理でものを判断していけば，結局消費者の離反や心理的抵抗を誘発して，「評価低迷の産業」に陥る危険性を内包しているんだということで，そういう意味では損保事業の信頼性回復のためにも，やっぱりそういうところをはっきりしてゆくということを結びにさせていただきたいと思いますし，また先程のお話のように，消費者不在ということのないように競争していく。それでないと，共済問題あるいは業際問題の解決にはならない時代に入っていると思います。

おわりに

大澤　そろそろ終りにしますが，泉瑞さん，何か……。

泉瑞　時の流れと共に，社会の変革はますます多岐にわたって，私達の社会生活形態も各々変ってくると思いますが，いかなる時代になろうとも人間社会の基本は変らないはずです。森松さんが「損害保険業界」の巻尾に述べられた「大衆不在の事業運営，メーカーオリエンテッドだけの販売では，結局は消費者の離反や心理的抵抗を誘発し，“評価低迷の産業”に陥る危険性を包蔵していることを忘れてはなるまい」と評され，また「損保産業そのものの将来性，成長性，はあるとしても，そのことと現在の業界構造――体制の維持，発展とは別問題である」と，今こそ“損保事業の信頼性回復が強く問われているときはないと結んでいます。私も強く感銘を覚えた一人です。

また，行政も何度か指摘しているように「募集問題こそは，損保が絶えず抱える最大の問題」で，私は将来代理店の存在意義が問われるときは，すなわち同時に損保企業の存在意義を問い直されるときだと思っています。

さらに「損害保険は保険会社と代理店のため（だけ）にあるのではない」と言ったのも確か行政の声だったと記憶しています。

私は是非損保が生保の後追い的姿勢から脱却して，進んで新しい時代に適合する姿勢を創造し「真に大衆に愛される損保」「開かれた損保」を目指してくれれば代理店も非

常に仕事がやり易くなると思います。

更に代理店の側から特に提言したいこととしては，募集環境の整備こそは，損保企業自体のためということを強調したいと思います。

共済に勝てる最上の損保資産は物的資力ではなく，真のパートナーとして「期待される代理店像」にチャレンジし，完成された，プロ代理店網の存在であると信じているからです。

大澤　ありがとうございました。森松さん，何かおありでしたら……。

森松　私が結語として申し上げたいことを，泉瑞さんの方からすべて代弁していただきました（笑）ので，もうこれ以上付け加えることはございません。

大澤　それでは，時間もだいぶ経過しましたのでまとめに入りたいと思います。この座談会ではいろいろなお話が出ましたが，それをまとめてみますと私は次の様になるのではないかと思います。

まず第一に，損保事業は現在，大きな変動の時期を迎えたのではないかと思います。どういう変動であるかは先程みなさんのお話にいろいろ出てきましたけれども，大きな変動の時期であるということを我々はきちんと認識しなければならないと思います。

第二として，その大きな変動に対して損保業界は間違いのない対応をはかっていかなければならないと思います。この座談会では現在の損保事業の課題についていろいろなお話が出ましたが，具体的な対応策についてはなかなか時間の限りもあって残念ながら充分話し合うところまではいかなかったと思います。具体的な対応策については業界全体で考えて，それを実行しなければならないと思います。ここでは，そのための問題点を皆さんに出していただいたわけです。対応策を考える場合大事なのは，視点を大きくとらなければならない。すなわち損保業界だけではなく，国民経済の安定をはかるためにという視点をもって損保業界として努力しなければならないと考えます。

なお，この座談会では多くの問題を話し合うことにしておりましたが，必ずしも全部に触れたわけではありません。例えば予定していた項目として損保会社の社員の意識変化の問題，パッケージ保険の問題等々，非常に大事なことですけれども，ここでは触れ

ることができませんでした。この様に，まだまだ話し合わなければならない問題があろうかと思いますが，それらについてはまた機会がありましたら意見を述べ合いたいと思います。

それでは，これをもって座談会を終わります。皆さんお忙しいところ長い時間にわたりご協力を頂き，ありがとうございました。

以上