

# 生命保険は だれのものか

出口 治明

著

ダイヤモンド社

1500円

わが国の生命保険業

界は、いつの間にか生命保険が消費者のものであること忘れてしまっているのではないかと——これが大手生命保険会社の中で30年以上も勤務し、最近インターネット生命保険を創業した著者の基本的な問いかけである。

抜群の経験と知識に裏打ちされた確かな定取りで、保険料の内訳を初めて明らかにするなど、日本の生命保険の実態が次々解明されていく。しかもその論調は穏やかで説得的だ。

「アメリカの年金保険用の死亡率とわが国の経験表を使って算出した場合ではわが国の保険料が倍以上高くなる」との指摘を読むと、

## 本棚から一冊



人生で非常に大きな買い物である生命保険について我々がいかに盲信的だったかと反省させられる。

生命保険業界の問題

は深刻だ。1社専属の販売員、いわゆるセー

ルスレディの強力な販売網を築いて成功を収めたが、今やその固定

的なビジネスモデルを決して消費者一辺倒で

守るために生命保険料が高額設定されている可能性がある。たえば、生命保険を売る資格のある募集人は会社をやめるその資格がなくするため、中立的な販売をする人が存在しえない。セールスパーソンの職場（企業訪問）を確保するために

金融庁の規制さえも動員されている。

一番大切な消費者利益が見失われているか——しかし、著者は

「一刀両断！」

## 確かな経験・知識武器に実態を解明

はない。「ついつい生命保険は理論的に計算されていて生命保険会社の経営方針等で左右されることはなく、適正に決められているように思ってしまうがちなのではないのでしょうか」「自分が何を守つたり、気にしなければならぬのか」「わかつていないと必要な生命保険はわからないはずだ、という主張からは、消費者にも覚醒が必要だ」という著者の哲学が感じられる。

現在の生保商品が20〜40歳代の生命保険を最も必要とする世代に、高水準の付加保険料を強いていることを強調するなど、最近国の社会保険でも問題視されている世代間負担の不公平の問題にも著者は敏感である。人生の重要な支えとして、生命保険に期待する多くの国民にとって本書は有益な本といえよう。

評者 早稲田大学大学院教授

川本 裕子

