

<共同研究：非営利・協同組織と地域社会>

生命保険会社の経営破綻(6)

武田久義

- 一. はじめに
- 二. 生命保険会社の経営破綻と処理
- 三. 経営破綻の原因
 - (一) 保険料率の設定に関連する問題
 - (二) 商品政策における問題
 - (1) 商品政策の本質
 - (2) 一時払い養老保険
 - (3) 変額保険
 - (一) 変額保険の意義と登場の背景
 - (二) 日本への導入
 - (三) 変額保険をめぐる問題点 (以下本号)
 - (1) 変額保険訴訟の発生
 - (2) 商品自体の問題点
 - (3) 販売上の問題点
 - (4) 変額保険導入の影響 (以上本号)
- 四. 経営破綻への対処
- 五. 経営破綻とその対処の意味するもの

(三) 変額保険をめぐる問題点

変額保険については、既述のように、導入に至る遙か以前から様々な問題点や危惧が表明されていた。そしてそのようななかで、変額保険のもつ問題点や危惧を克服すべく生保業界は様々な工夫を凝らしてきた。このことにつ

いても、すでに見てきたところである。それにもかかわらず、危惧は現実のものとなったのである。

(1) 変額保険訴訟の発生

生命保険会社が変額保険の販売を行うことによって起こる可能性のある問題については、すでに早くから保険学会会員および業界関係者の間には数多くの危惧が提示されていた。ここでは、そのうちから2点だけ紹介しておこう。

「変額保険の販売に当たって、販売員はこの保険の長所のみを強調し、投資危険が被保険者の側に転嫁されることにふれないという可能性もあろう。こうしたとき、保険金が下落するあるいは、ある年度の年金額が前年度を下回るようなことになれば、これがもとで保険業界全体の不信を招きかねない。」¹⁾「変額保険・年金はその積立金のエクィティへの投資運用によって保険給付額が変動する。加入者はこの「保険給付額の変動」に最も強い関心を持つであろうが、この「変動」が「増加」のみをいみするのではなく、投資運用による利益は利益として、また損失は損失として加入者に帰属する。この特質を加入者に充分理解、認識させることが販売の本質的特徴であると考えなければならない。この点が徹底されないまま、従ってこの種の保険の現象的機能の特性の理解が加入者になされないと、やや大げさにいえば、生命保険事業そのものに対する国民大衆の不信を招来しかねない。」²⁾

そして1992年以降、トラブルが表面化した。最初から危惧されていたことが現実となった。バブル期の後遺症とも言える「変額保険訴訟」と言われる訴訟が多発したのである。訴訟となったケースの多くは、銀行借入れによる一時払いの変額保険が中心である。この変額保険は通常、「融資一体型変額

1) 安井信夫、「矢幡隆氏「変額保険について」の質問」(『保険学雑誌』第461号所収) 46頁。

2) 楯郁夫、「変額生命保険業論序説(三)」(『生命保険経営』第41巻第4号所収) 603頁。

保険」と呼ばれた。まず、この「融資一体型変額保険」について簡単に説明しておこう。³⁾

1989年から1991年にかけて、相続税対策を目的として、変額保険契約と融資契約をセットにした特殊な仕組みの商品である融資一体型変額保険が販売された。この保険は、次のような特徴を有していた。

- ①保険料全額に相当する金額の融資を受け、一時払いで保険に加入する。
すなわち、融資契約と保険料一時払いがセットになっている。
- ②借入金の利息は順次貸し増される。
- ③相続発生時に保険金（ないし解約返戻金）を用いて元金及び利息の返済を行う。

そして、この融資一体型変額保険が販売された背景としては次のようなものがあつた。

- ①地価高騰により不動産の所有者相続税が大きな負担となることをおそれていた時代である。バブル経済の結果大都市近郊の地価が高騰し、不動産の所有者にとっては相続税の負担が大きな不安となっていた。⁴⁾
- ②バブル経済がピークを打って崩壊していった過程である。地価は1989年にピークを打ち、1990年の初めより下落していった。
- ③銀行や生命保険会社が信頼を得ていた時代である。当時は、一般個人顧客にとって、銀行、生命保険会社は堅実な営業を行う企業として、絶大な信頼を得ていた。こうした一般的な信頼は、厳格な審査に基づいて融資を行っていたバブル以前の銀行経営や、保障を中心としてリスク商品を取り扱わなかった従前の生命保険経営の記憶に裏付けられたものであつた。

そしてこのような時期に、銀行・生命保険会社・行政それぞれに、融資一体型変額保険を販売する事情を抱えていた。すなわち、融資一体型変額保険

3) 主に <http://www.tokyo-godo.com/theme/hoken/ho-1.htm/> を参考とした。

4) 1990年3月のいわゆる総量規制により、同年末頃より地価は沈静化しつつあつたが、なお多くの人々が相続税の不安を抱えていた。

の契約を通じて多額の資金が株式市場に流入することを通じて株価を支えたという思惑が、銀行・生命保険会社・大蔵省の三者に共通していた。すなわち銀行にとっては、B I S規制をクリアするためには株価が下落することはマイナスであった。また、外国債権の含み損を株式の含み益で補っていた当時の生命保険会社にとっては、株価の下落は資産の悪化をもたらすことにつながった。そして大蔵省は、日本発世界同時暴落の防止、景気の安定、税収の確保等、多面的な利害を有していた。

このほか、当時の銀行にとっては個人への融資を増大させることは、どうしても必要なことであった。1980年代を通じて、企業は株式市場から資金を調達したために銀行の企業向け融資は極端に伸び悩んでいた。そこで、銀行は新しい融資先として個人顧客を開拓する必要に迫られていた。そして融資一体型変額保険は、個人顧客の大口の融資を獲得する重要な一手段として位置づけられることとなったのである。また生命保険会社にとっては、金融自由化の中で営業を拡大するための重要な商品であった。また、高い予定利率に悩む生命保険会社にとっては、リスクを契約者に転嫁することは大きな魅力であった。

以上のような背景のもとで融資一体型変額保険が開発され、販売されていったのである。そしてこの融資一体型変額保険は、最初は好調な売れ行きを示した。銀行や生命保険会社にとっては、この商品の将来は一見「順風満帆」と映ったかもしれない。銀行にとっては、当時は資金がダブつき、通常の方法ではお金を融資することが困難であった。枯渇しかけていた不動産絡みの融資に替わる願ってもないような融資対象であった。「変額保険ローンは、(家や土地などの資産を担保にするので)金額が大きいうえ、(借入人の)死亡時まで一切返済がない。黙っていても融資がのびた」からである。一方、生命保険会社にとっても、「変額保険を用いた相続税対策のうまみは大きかった。保険の勧誘は銀行がしてくれたし、契約者本人に資金がなくても、銀行が多額の保険料を融資してくれたからである」。⁵⁾しかし、1990年に入り変額保険の運用利回りは急に低下し、91年には軒並みマイナスという惨状を呈す

るようになる。この段階で銀行は保険の解約を契約者に迫り、にわかに債権回収の方針を転換する。生保のほうは夢物語を語った責任を棚に上げ、突然「契約者の自己責任」を主張し始めた。⁶⁾

以下では、商品そのものに関連する問題点と、販売方法に関連する問題点について、若干の考察を行ってみよう。

(2) 商品自体の問題点

変額保険も保険である以上、その本質的機能は「保障」である。そして「保障」を目的として販売され、保障のために加入した者も存在した。

興味深いアンケート調査がある。変額保険が導入される以前の1984年12月から85年の1月にかけて、生命保険文化センターは変額保険の導入を前にして、同保険に対するニーズ等に関して、一般公衆ならびに有識者層を対象としたアンケートを実施した。その結果について、簡単に紹介しておくでしょう。⁷⁾

①一般公衆に対する「変額保険と現在の生命保険のどちらがよいと思うか？」

という質問に対して

- | | |
|---------------|-------|
| ・変額保険の方がよい | 20.9% |
| ・現在の生命保険の方がよい | 65.9% |
| ・わからない・不明 | 13.3% |

②有識者に対する「変額保険を日本でも販売する必要があると思うか？」

5) 岡田広行, 「顧客の利益に注意を払わなかった金融機関」(『法学セミナー』No. 506, 1997年所収) 26頁。

6) 「三菱・明治が仕組んだバラ色の保険のワナ」(『金融ビジネス』1996年1月号所収) 63頁。また <http://www.hengaku-higai.org/>によれば、融資一体型の変額保険契約数は約4万件、世帯数にして約3万世帯が加入したと言われている。このように、そして一つの保険種類をめぐって600件を超える訴訟が起こされたことは、かつてない事態であった。「これだけ多くの訴訟が現実存在していることを考えた時、変額保険の発売以来、経済・社会環境をも含めてその時点における生保事業のある一面を反映しているということもできるのではないか」。(『インシュアランス生保版』1997年1月16日)

7) 『インシュアランス生保版』1985年3月14日号を参考とした。

という質問に対して

- ・必要だと思う 63.4%
- ・必要だとは思わない 34.9%
- ・どちらとも言えない 5.8%

③一般公衆に対する「物価上昇によって、満期保険金が目減りしてしまうことが心配である」という質問に対して

- ・そう思う 77.6%
- ・そうは思わない 20.4%
- ・不明・わからない 2.0%

④「物価上昇によって、死亡保険金が目減りしてしまうことが心配である」という質問に対して

- ・そう思う 74.3%
- ・そうは思わない 22.3%
- ・不明・わからない 3.4%

という回答が得られた。(ここでは、有識者として保険学者、家庭経済学者、社会保障学者、金融学者、マスコミ関係者、評論家等に対してアンケートを実施している。)一般公衆の安全性指向の強さがうかがえる。⁸⁾

このアンケートだけから結論付けることには少々無理があるが、一般公衆の多くはこの時期、変額保険に対して、利益を得ることよりも実質価値の維持を求めているように受け取ることも可能であろう。

もう一つ、変額保険導入後の調査について紹介しよう。⁹⁾

①変額保険を選んだ理由として、セールスマンに勧められてが52.9%と高い。

②加入目的は、短期的な財産形成のための金融商品としてが、44.8%。

(三井生命の場合、変額保険契約者の9割以上が一時払い。)

8)『インシュアランス生保版』1986年10月2日号。

9)「変額保険に関する契約者の意識調査」(『インシュアランス生保版』1990年3月1日号所収)。

- ③運用実績に対する満足度は、満足が17.0%、ほぼ満足が50.6%。
- ④投資リスクへの理解度について、加入時から知っていたが71.1%、知らないが、21.3%。
- ⑤定額保険と変額保険のどちらが良いかという質問に対して、変額保険56.6%、定額保険43.4%。

このように、一般公衆の内のかかなり多くの層は、変額保険について十分に理解していなかったことがうかがえる。また、彼らの多くが、ハイリスク・ハイリターンよりもむしろ安全を求めていたと考えられる。そしてそれは、本来生命保険会社に対するイメージでもあったと思われる。しかし、変額保険における保障機能は、財テクや相続税対策という言葉のもとにあってすっかり霞んでしまった。しかし財テクや相続税対策が変額保険の本来の意図とは異なるものであることは、忘れてはならない。ここでは、財テクと相続税対策としての変額保険について考えてみたい。なお、これら両者は、多くの点で関連を有しているが、ここでは一応分けて考えてみる。

(一) 財テク商品としての変額保険

すでに述べたように、変額保険訴訟のほとんどが融資一体型変額保険であった。そしてこの融資一体型変額保険の最大の特徴は、銀行等の金融機関による融資と保険料の一時払いがセットされているということにあった。しかし、保険料の一時払いそのものは、すでに存在していた。そして変額保険の加入者の多くは、一時払いによるものであった。まず、このことから見ていくとしよう。

最初に、保険料の一時払いに関連する問題点について考えてみよう。まず、確認しておくべきことは、当時変額保険に加入した者のうち一時払いによる保険料の払い込みがかなりの数を占めていたということである。たとえば、1986年度の新発売から6カ月で約15万件の加入者のうち約40%は一時払い(一件平均保険料約190万円)であった。また、そのうちの約7割が終身型であり、そのうち一時払い契約は56%であった。¹⁰⁾ また87年の4月から9月末

までの実績では、一時払い終身保険の終身保険全体に対する割合は、件数で81.2%、金額で64.0%を占めていた。このように一時払いが多い直接的な理由の一つは、すでに加入していた一時払い養老保険の加入者が続けて変額保険に加入したということであろう。そしてもう一つの理由は、変額保険が低下しつつあった一時払い養老保険の受け皿となったということである。一時払い養老保険に加入したいという客に対して変額保険の話をし、多くの客に納得してもらい、変額保険に切り替えてもらっている¹¹⁾という発言は、このことを裏付けている。また、変額保険の新契約の件数占率（4－6月）で5%以上の会社では、一時払い養老保険の顧客層がシフトしてきた傾向がみられるという。¹²⁾

このように、変額保険の発売当初、セールスマンの販売成績の評価を変えるなどの措置を講じて一時払い養老保険加入希望者を一時払い終身変額保険への加入にし向ける、つまり振り向け誘導がなされた。しかし、これはあくまで「保険」としての変額終身保険へのシフト策であった。ところが、このような生保会社の思惑とは別に、一般大衆の財テク発想の高利回り指向が変額保険に向かい始めた。¹³⁾そしてこのことは、高い金利選好意識の存在と深く関連している。日本生命の調査では変額保険加入者の73.8%が、変額保険を「保険」と見ずに、高利殖貯蓄の財テク商品と見ていた。¹⁴⁾このように、変額保険は生保版「財テク商品」としてもはやされた。そしてセールスレディが「財テクのパンフレットをおいてくる…」¹⁵⁾と表現するまでになっていたのである。このほか、館澤貢次氏は、次のように記している。「テレビのワイドショーを信じて加入した人も大勢いた。公認会計士、経済評論家や

10) 『インシュアランス生保版』1987年8月6日号。

11) 「変額保険販売が自己のステータスを上げるカギに」（『生保FAジャーナル』1991年1月号）28頁。

12) 『インシュアランス生保版』1987年8月6日号。

13) 『インシュアランス生保版』1987年9月24日号。

14) 『日本工業新聞』1987年7月17日号。また、『インシュアランス生保版』1987年9月24日号も参照。

15) 前掲、「変額保険販売が自己のステータスを上げるカギに」27頁。

大手生保の営業所長も出席して、「一五%以上で運用している。七一九%に割り込むことはあるが、二桁以上の運用でいける見通しだ。一〇年、二〇年は大丈夫と思われる」とおおっていた。公認会計士は「サラリーから持ち出す保険はもうやめましよう」と提案したい。保険をかけるなら不動産を担保にして財源を銀行から借りなさい」と追い打ちをかける」。¹⁶⁾ 以上のような状況のなかで、多くの変額保険加入者が、変額保険を一時払い養老保険と同様に金融資産と考えていたことはおそらく間違いないと思われる。

変額保険を有利な金融商品ととらえ保険料一時払を採用した場合、その保険料となるものを金融機関から借り入れて利ざやを稼ぐという行為に至る道のりは、そう遠いものではなかつたろう。そして当時の社会的風潮の中で変額保険の加入対象者が当初の思惑を超えて広く拡大するのは避けられないことであつたらう。¹⁷⁾ 変額保険訴訟の多くは、このようなケースで生じた。しかも、変額保険の保険金を相続税対策として利用しようとした場合、事態はきわめて深刻なものとなつた。

すでに見たように、日本に変額保険が導入される際に意図されていたものは決して「財テク」ではなかつた。あくまでもインフレーションに対応する商品の開発であつた。しかしながら、日本経済における大きな変化、すなわちバブル経済の進行という背景と金銭を重視する社会的風潮の中にあつて、変額保険の多くは開発・導入当時の意図とは全くかけ離れた財テク商品となつてしまつたのである。そして次に述べる相続税対策としての性格を持つ商品が開発されることとなつたのである。

(二) 相続税対策としての変額保険

以上見てきたように、変額保険を財テクの一つとして契約を行うことがか

16) 館澤貞次、『生き残れるか生保会社』1998年、三一書房、124頁。

17) 当初は、資産10億円以上の大資産家を対象としていた変額保険は、バブルの進行と共に一般庶民にまで拡大した。(「生保の“犯罪”変額保険の毒」(『週間東洋経済』1994年10月22日号所収) 18頁。)

なり一般的な傾向であったと断定してもさしつかえないだろう。すでに述べたように、それは変額保険の発売直後からの現象であった。このことだけをとってみても、変額保険は導入以前に議論の対象となった本来の意図からは相当にかけ離れたものとなっていた。しかし、問題はこれに止まるものではなかった。1988年頃から、変額保険を相続税対策の一手段として利用することが本格化したのである。¹⁸⁾ それは、80年代末期になると「相続税対策」の目玉商品に変質し、銀行借入と組み合わせた形で販売がエスカレートしていった。主なターゲットは都心部の個人や事業主などで、不動産はあっても金融資産や収入は決して多いとはいえない層に集中豪雨的に勧誘した。¹⁹⁾

ここで、相続税対策としての二つのプランについて簡単に説明しておこう。変額保険の被保険者として、①不動産の所有者本人が被保険者となる場合と②不動産所有者の相続人が被保険者となる場合の二つの方法があった。①の場合は「納税資金準備プラン」、②の場合は「財産評価引き下げプラン」と呼ばれた。²⁰⁾

「納税資金準備プラン」の場合、不動産の所有者本人が死亡した場合の死亡保険金で金融機関からの借入金を返済した後に余った分を相続税支払いの資金とするというものである。事例(1)について、具体的なシミュレーションの結果を見てみよう。²¹⁾

18) 「発売当初は一時払い養老保険同様に資産形成の手段として販売されたが、88年頃より相続対策商品として都市部の高齢者を対象に一時払い終身型が強力に勧誘販売されていく。生保にとり変額保険は、高齢化社会とインフレに対応する商品との位置づけを持つが、他方それまで生保が負担していた運用リスクを契約者に転嫁するためにも重要な商品であった。」(大石聡, 「大蔵省・銀行・生保はこうして変額保険を「欠陥商品」にした」(『エコノミスト』1996年8月27日号所収)

19) 「犠牲者続出でも居直る銀行・生保」(『金融ビジネス』1995年12月号所収) 51頁。

20) 実際には、ミックスした形として所有者本人および相続人を被保険者とする方法も行われたという。ここでは主に、坂勇一郎, 「危険な商品、変額保険」(『法学セミナー』No. 506所収) を参考に説明する。

21) 村瀬敏彦, 「変額保険を利用した相続対策」(『生保FAジャーナル』1990年9月号所収) を参考とした。

事例(1)

(1) 家族構成

①被相続人 夫65歳

②相続人 妻63歳, 長女38歳, 長男35歳

(2) 資産内容

不動産(相続税評価額5億円)年上昇率5.5%, 金融資産なし

(3) 変額保険の特別勘定運用率 9%と仮定

(4) 銀行の借入金利 7.5%と仮定

被相続人である夫が死亡し9%で運用が続いた場合について、シミュレーションは次のように予測している。すなわち対策後15年間は効果が続き、それ以上では逆効果になると思われること、ただし、特別勘定運用率も借入金利も変動するため、変額保険が9%以上に回り続け将来低金利が続くようであれば、対策効果はより大きくより長く続くこと、逆の場合には15年より早く効果が失われてしまうというものである。また、一般的には、死亡保険金は最低保証額が限度である。しかし、借入金額は年々増加していき、ある時点で最低保証額を上回ることもある。そして具体的事例では、不動産所有者本人の平均余命よりも早い段階で、借入金が死亡保険金を上回ってしまう例がほとんどである。このタイプの場合「長生きがリスクになるという、保険の趣旨とはかけ離れた本末転倒の事態が生じる可能性がある。」²²⁾

また「財産評価引き下げプラン」について、同一の事例(1)における同シミュレーションの結果として「何もしない方がマシ」という結果を報告している。そして、プランニングにあたっては①リスク性が大きいこと、②効果が現れる時期について、③税制の変更等にとくに注意することを指摘している。²³⁾ なお「財産評価引き下げプラン」について、多くの場合に解約返戻金は払い込み保険料を下回り、減少を続ける、しかし借入金は年々増加して

22) 坂勇一郎, 前掲論文および, 平川茂, 「変額保険を用いた相続対策の検証」(『金融ビジネス』1996年11月号所収) 56頁。

23) 村瀬敏彦, 前掲論文。

いく、そして両者の差額は、解約しても返済しきれない債務額として顧客に残されることになると、指摘している。²⁴⁾

以上の点を考えた場合、相続税対策としての変額保険には商品上かなりの問題点があったと考えることができるだろう。²⁵⁾

(3) 販売上の問題点

以上見てきたように、相続税対策としての融資一体型変額保険には商品そのものにある種の欠陥が存在していた。しかしもう一つ重要な問題は、商品の販売に関連するものであった。

第一の問題は、何よりも金融機関と提携を行い、金融機関の主導のもとに融資一体型変額保険の販売がなされたことであった。変額保険訴訟の対象になったもののほとんどが金融機関との提携販売によるものであったという事実は、注意すべきことである。まずこの提携商品の企画から販売に至るプロセスの概要をトレースしてみよう。²⁶⁾

1988年の後半頃から89年の前半にかけて、アリコジャパンの元社員が母体となって89年1月に設立した青山ファイナンシャルステーションが作成したプランを三菱銀行(当時)に持ち込んだことから始まったとされている。この商品の紹介から販売に至る典型的なプロセスは、おおよそ次のようなものであった。

①銀行が消費者に対し、商品の説明を行う。

24) 坂勇一郎、前掲論文、21頁。なお、この場合は「保障を目的にしていないという点で、保険の本来の使い方から逸脱している」という指摘もなされている。(平川茂、前掲論文、56頁)

25) バブル時代の地価高騰によって、収入が決して多いとはいええないサラリーマンの自宅さえ、億単位の評価をされ、多額の税金が降りかかってしまった。そうした人自身、相続対策に無防備だったがために、相続税という見えない債務におびえたのかもしれない。また、自宅を手放したくないという心理が強かったのかも知れない。さらに、自宅を担保に差し出せば、いくらでもカネを貸し付けた銀行の体制にも問題があったのだろう。(平川茂、同論文、56頁。)

26) 「銀行・生保グルの勧誘システムはこうつくられた」(『週刊朝日』1993年3月5日号所収) および <http://www.hengaku-higai.org/> を参考にした。

- ②銀行が消費者・見込客を、生命保険会社、生命保険代理店等に紹介する。
- ③生命保険会社は契約を締結する。その際、契約者は不動産等を担保に銀行から保険料を融資してもらう。

それでは、この販売方法にはどのような問題があったのであろうか。

一般的にみて提携そのものを否定する理由はない。しかし、銀行主導で進められたこの提携においては、様々な問題が発生した。最大の問題は、実質的に変額保険の販売については無資格者である銀行等によって変額保険についての説明がなされたことである。そしてこのような場合に生命保険の販売担当者からの詳しい説明、とくにリスクについての説明はほとんど期待することが無理であった。これは、変額保険の導入に当たって関係者が最も警戒をしていたことの一つであった。そして、銀行の支店長等による実質的勧誘の存在を示すものは数多い。たとえば「契約の時だけ生保のセールスマンを立ち会わせる」、「実際には何ら関与していないセールスレディが保険募集人の名義を貸す」等は恒常的に行われていたという。このような状況の中で、すなわち銀行が保険料の融資をお膳立てした後は、リスク説明などできるはずもなかったというのが実情であらう。²⁷⁾

第二にあげるべき問題としては、消費者・見込客に対して不適切な説明や誘導がなされた可能性についてである。勧誘の際に使用することが認められていた設計書は「単に変額保険の商品説明をした簡単なものであり、変額保険を利用した相続対策を説明できない。そのためほとんどの場合、別途作成された相続シミュレーションが勧誘資料の主体として使用された」。²⁸⁾ 勧誘が最も多く行われた1989年11月ないし1990年7月の金利水準（6.2ないし7.9%）のもとでは、これらのプランが相続税対策として効果を上げるためには、資産運用実績がおおむね9%以上であることが必要であった。したがって、シミュレーションにおいては、当然のことながら運用実績は9%が用いられ

27) 『インシュアランス生保版』1997年2月6日号、および「密室での違法行為に無力な消費者保護」（『金融ビジネス』1996年2月号所収）54頁。

28) 大石聡、前掲論文、27頁。

た。そして株価が大幅に下落した90年後半以降も、依然として利回り9%のシナリオに基づいて、勧誘が強行されたのである。²⁹⁾

このほか「勧誘に際して、断定的判断や利回り保証がされたというケースが少なくなかった」。³⁰⁾ 次のような銀行の営業マンの言も報告されている。「損は絶対にありません。プロがやるんだから安心してください。マイナスの場合には銀行が無制限に融資します。万が一の場合は、国が全部面倒見てくれます」。³¹⁾ もしかしたら、銀行員には、国に対する依存心・甘えがあったかもしれない。

第三として、金融機関と生命保険会社の間には不明瞭な取引が行われたということである。すなわち生命保険会社から銀行へ高額の見込手数料が支払われたり、あるいはまた生命保険会社から銀行への協力預金がなされた等である。³²⁾ たとえば外務員の手数料の4割を銀行にバックしている例や、生保から銀行に謝礼として数千万円から1億円に及ぶ通知預金が行われ、銀行子会社に手数料が支払われた事実が報告されている。³³⁾

このほか、「ある銀行は一括納入の保険料が1億円なのに1.2億円融資し、2000万円は定期につませる」³⁴⁾ という事例も報告されている。このように、生命保険会社と銀行間で不明瞭な取引が行われ、うま味を覚えた銀行は暴走した。³⁵⁾ 本来、銀行にとっては融資先の獲得でしかなかったのに、保険の募取法を知るはずのない銀行の営業力だけを利用しようといった安易な販売競争に走った結果かもしれない。³⁶⁾

29) 前掲、「三菱・明治が仕組んだバラ色の保険のワナ」62頁。

30) 大村敦志、「変額生命保険契約の締結の際の虚偽の説明による誤信と要素の錯誤」(『金融法務事情』No. 1428所収) 69頁。

31) 「銀行・生保が売る「変額保険」の謎」(『週間朝日』1993年2月19日号所収) 30頁。

32) 松岡久和、「変額保険の勧誘と銀行の法的責任」(『金融法務事情』No. 1465所収) 21頁。

33) 大石聡、前掲論文。

34) 前掲、「生保の“犯罪”変額保険の毒」20頁。

35) 大石聡、前掲論文。

36) 『インシュアランス生保版』1995年12月28日号。

第四に、生保の外務員自身および生命保険会社のモラルの問題がある。変額保険の販売において定められた顧客への呈示利回りは、0%、4.5%、9%の三つだけである。しかし、販売後の6カ月の成績が出るや、新聞・雑誌の切り抜きを片手に、東奔西走するセールスマンが続出。仁義なき戦いは始まった。³⁷⁾そしてこのような場合には、変額保険に内在する危険性が忘れられ「インフレに強い」という話法が中心になるのは避けられない。募集が先にたつて、歪められ、正しい理解がないままにただ“有利だ”ということで売ることが多いのが実情であろう。³⁸⁾

つまり、外務員もまた、変額保険を金融資産として販売していたということである。しかしながら、そのような外務員の行動は、ただ外務員のための責めに帰すべきものでもない。当時、「生保会社の営業推進部門では“売れるものはどんどん売れ、売れるに越したことはない”でひた走った。さらには証券も加味した商品であり、生保事業構造の実質的拡大になったという認識で、それが本質的には錯覚であるにもかかわらず、それに気付かず指令した、という現象がみられる」という。³⁹⁾それは、ただ、外務員はパンフレットにより、一般的説明をしたという発言とも通じる。⁴⁰⁾

また、生保のセールスマンが生命保険販売資格を持っていなかった事実も指摘されている。⁴¹⁾

37) 「狂想曲はやまず、危険信号点滅 いま求められるバランス感覚」(『週間東洋経済』1987年9月3日号所収)95頁。

38) 『インシュアランス生保版』1972年5月25日号。

39) 滋野源姓、「“ごよう”の変額保険」(『インシュアランス生保版』1993年5月20日号)。

40) 座談会「変額保険銀行敗訴判決を論ず」(『金融法務事情』No.1465所収)31頁参照。なお、これに関しては、生命保険業界およびほとんどの生命保険会社が相当に力を入れて対処していたことも付言しておく必要があるだろう。「生保業界も初めて扱う商品ということで、業界自ら資格試験を設けて、それに合格しなければ販売できないと気をつかってはいたから、営業職員の募集話法といった部分で敗訴になった事例は確かに少ない」(『インシュアランス生保版』1995年12月28日号)と報告されている。

41) 「金と命を食い荒らされた「被害者」たち」(『週間朝日』1993年3月12日号所収)28、36頁。

以上が、変額保険をめぐる主要な問題点である。それでは、変額保険の販売に関連して生じた様々なトラブルは、生命保険事業に対してどのような影響を及ぼしたのであろうか。

(4) 変額保険導入の影響

日本の生命保険事業において長期間にわたって主要な話題の一つであり続けた変額保険が、1986年から販売されたこと、そして、変額保険の新規導入と生命保険事業との関連について見てきた。今ここで、変額保険の導入が生命保険事業に及ぼした影響について考えてみる必要があるだろう。それは、プラスおよびマイナスの様々な影響を及ぼしたとすることができる。しかし本稿では、最も大きいと思われる二つのもの、すなわち生命保険事業に対する信頼の喪失と、生命保険会社における金融機関化現象について述べておこう。

まず、生命保険事業に対する信頼の喪失とイメージダウンについて考えてみる。

日本においては、金融機関は一般に堅実で信用できる存在であった。過去の歴史においては必ずしもそうではないことは周知の事実であるが、しかし少なくとも当時の人々の間ではそのような認識がなされていた。「銀行や保険会社は破産しないもの」という意識は、多くの日本人が持っている共通の認識であったと言えよう。そして、万一の場合には国が何とかしてくれるという気持ちも、これに拍車をかけていたかもしれない。一方、保険会社に対してはその扱う商品の特性すなわち保障というイメージから、「イザという時の支え」として、それは安心と深く結びついていたと思われる。そしてこのようなことから、「銀行や保険会社の言うことは間違いない」という気持ちは、当時の人々にとっては一般的であっただろう。

さて、変額保険訴訟を起こした契約者の共通点として、「50代から70代の人たちで、財テクや借金の経験がなく、人を疑うことをしないタイプ」⁴²⁾ という報告がなされている。そして変額保険における「各社のキャッチフレー

ズは、「手元から一銭も出さずにできる理想の相続対策」であった。見たこともない巨額の融資金額にいったんは尻込みしても、銀行が顧客を騙すはずがないとの社会通念と生命保険が持つ安心、安全イメージは高齢者の不安を消した⁴³⁾といわれている。また、「契約者の保険に対する安心感・信頼感が、相続対策を誤らせる原因にもなった」⁴⁴⁾のである。そしてそのような期待が裏切られたとき、人々から生命保険会社に対する信頼が失われることとなった。

信頼の喪失に関連して従来から日本の生命保険会社に対して指摘されていたことを、もう一つあげておきたい。そしてそれは、おそらくほとんどの日本の企業の体質とでも言うべきものである。それは、たとえ消費者志向を表面に掲げたとしても、現実には個々の会社の利益志向が優先したということである。それはまず第一に、業績を追求する会社の姿勢にあらわれている。たとえばM社の場合、変額保険の販売態勢は「支社－営業所－支部」の三段階に別れているが、業績の表彰体系およびノルマは、それぞれの段階ごとに存在していた。そして、業績をあげるために、外務員には高い手数料を支給した。⁴⁵⁾

そして第二に言えることは、関係者のモラルについてである。モラルが欠落している場合には、「保険は契約者の将来の生活を保障する」のであるという意識が薄められる。そして自己の活動が、契約者の将来の生活と全く結び付かないようになるのである。挙げ句の果ては「契約が取れさえすれば、あとはお構いなしという意識に陥りやすい」⁴⁶⁾のである。こうなるとは、言

42) 前掲、「銀行・生保が売る「変額保険」の謎」、30頁。

43) 大石聡、前掲論文、26頁。なお当時は、保険と名の付く商品は安全な商品であって投機の商品ではないというのが一般的認識であった。(坂勇一郎、前掲論文、19頁)

44) 平川茂、「相続対策に潜むリスク」(『金融ビジネス』1996年11月号所収) 56頁、57頁。

45) 変額保険の魅力は、何よりも高額な手数料だった。(前掲、「三菱・明治が仕組んだバラ色の保険のワナ」、62頁)。

46) 同論文、62頁。

語道断である。このような事態となることが危惧されたからこそ募集態勢の構築について慎重な準備がなされ、また嚴重なチェックが課せられたのである。しかし、このような規制はまったく有名無実化していたというのが実態である。たとえば、変額保険販売の資格試験は発売のわずか2カ月前に実施していることなど、関係者の認識および準備が不足していたことは、否定できないだろう。⁴⁷⁾ また、販売における問題として、「知的水準もさることながら、態度というかモラルというか、試験などでは計り切れない外務員の人間性の問題」も指摘されている。その点では、販売現場の管理者の資質、監督・指導が重要になるのである。⁴⁸⁾

第三に言うべきことは、第二とも関連することであるが、往々にして当初の意図とは異なった事態が発生するということである。変額保険に関して言えば、すでに見てきたように、長期にわたって変額保険の本質的側面や起こりうる問題点等が議論されてきた。そして導入に際しては相当に厳しい規制を課している。しかし現実には、当初には全く考えていなかったような方向に事態は発展していったのである。すなわち、最初に「相続税対策を求める人がいたという事実があった。そこが出发点だったのが、いつの間にか逆転し、「初めに融資と契約ありき」となり、相続に悩む人々を狙い撃ちしていくことになったのではないか」⁴⁹⁾ というものである。そしてその事実を、おそらく次の言葉に代表されるように思われる。「はじめのうちは躊躇もあったが、いつの間にか強きの意見が組織の大勢を占めてしまった」⁵⁰⁾ というものである。

以上のように、筆者は、変額保険訴訟が既述の既契約の予定利率の引き下げとともに国民の信頼を大きく損なう原因をなしたものと考えている。そし

47) 試験制度によって、それに合格している者はそれ相応の理解度と姿勢で販売しているとでも本部は考えたと言い切れるだろうか。(滋野源姓, 前掲論文)

48) 『インシュアランス生保版』1986年12月25日号。

49) 前掲, 「銀行・生保グルの勧誘システムはこうつくられた」, 36頁。

50) 岡田広行, 同論文, 26頁。

てそれは、生命保険事業に対するイメージの低下ばかりでなく、日本の社会における安心の衰退ならびに漠然とした不安感の醸成とも関連してくるものと考えている。

次に、金融機関化現象について考えてみる。

最初に日本で変額保険についての議論がなされたときはインフレに対応する保険の開発が基本的な目的であった。しかしそれが日本に導入されるようになったときには、変額保険には二つの顔があった。一つはインフレに対応する「保障機能」を主とする保険であり、もう一つは投資収益による金銭価値を高めることを目的とした「金融商品」としての保険であった。そして、変額保険は発売当初から金融商品としての性格をより強く発揮することになるのであるが、その第一の原因は、変額保険の資金運用に関連するものであった。そして商品自体のこのような変化と並行して、生命保険会社も金融機関としての性格を強めていった。

すでに見たように、一時払い養老保険の販売に関連して生命保険会社の金融機関化現象は進行していた。しかし、変額保険の販売によって、一部とはいえさらに一步、生命保険会社は金融機関への道を踏み出さざるをえなくなった。すなわち、変額保険を販売する生命保険会社は、自らが積極的に金融機関として行動することが必然的となる。運用業績が白日のもとに晒されるからである。そこで、生命保険会社の質的变化が起こるのは、当然であった。ところで、変額保険は本来は短期的商品ではない。つまり短期的値上がりではなく、本来、長期にわたる元本の値上がりを実現することが目的である。そしてまさにこれが、投資信託と異なるところである。大蔵省も「変額保険の投資姿勢が高収益狙い＝リスク・テイキングとみられることは問題であろう。変額保険はまさに生命保険の一形態であり、顧客に、長期にわたる保障を提供することが本来である以上は過度のリスク・テイクはさけるべきと思われる」としている。しかし、現実はそのようではなかった。変額保険においては、4半期ごとにディスクロージャーがなされることになっており、現実にはそれで資産運用の成果が問われることとなっていたのである。このように

して変額保険が金融商品としての性格を強めていったとき、生命保険会社もまた金融機関的色彩をより濃くすることとなったのである。このことが、変額保険によって生命保険会社の金融機関化現象が促進させられた第一の原因である。

ところで、本来、変額保険の商品の設計は、保障中心の考え方だったはずである。しかし、このように早い段階で金融商品的色彩が強くなった。その原因はどこにあるのだろうか。一つには、生命保険契約においては伝統的に販売部門の力が強いことからくる様々な問題を抱えざるをえないということである。従来、主要な生産基盤を「人と紙」に置いてきた生命保険会社においては、営業部門の発言権が最も強く、営業の論理が社内を支配しやすい。⁵¹⁾そしてその中心は、言うまでもなく外務員を要する第一線である。そこにおける顧客との対応において、変額保険が金融商品として取り扱われる度合いが強くなったことである。変額保険に対する消費者の意識は、既出のアンケート調査にも見られたように、当初は金融に傾斜してはいなかった。しかし、やがて金融的側面を強調する方が販売において有利であることが、販売する側に強く意識されるようになった。一方、顧客の側にもその金融的ニーズが喚起されるようになるに及んで、変額保険は著しく金融的色彩の濃厚な商品に変貌することとなったのである。

そしてもう一つの原因は、一時払い養老保険の影響があげられる。すでに述べたように、一時払い養老保険は1988年夏以降、利回り面での優位性は失われていた。そして生命保険会社における一般的な業績低下への対処として、その受け皿となるものが求められた。変額保険はまさにこれに打ってつけの商品であった。生命保険会社にとって「優秀な」金融商品であった一時払い養老保険の加入者が変額保険に投資の対象を移したことにより、変額保険が金融商品的色彩を帯びることは運命付けられていたと言いきかもしれない。

生命保険会社の金融機関化現象を促進したさらにもう一つの原因として、

51) 前掲、「三菱・明治が仕組んだバラ色の保険のワナ」、62頁。

商品開発におけるニューウェーブがある。1970年代の後半頃に日本人の生活形態は多様化し、またそれに伴う価値観の多様化が一般に語られるようになってきた。そしてそれとともに生命保険にも多様かつ複合的な機能が求められるようになってきた。それが意味するものは、消費者のあらゆるライフ・ステージに関与することができる人生設計の良きアドバイザーとしての生命保険事業であり、それは生命保険事業の「総合生活産業化」⁵²⁾ ととらえられることとなった。そしてそこにおいて、生命保険業界が求めたものは、自らを総合生活産業へ脱皮させることであった。この場合の総合生活産業における要素は、保障を中心とした生活関連サービスと金融サービスであった。しかも、後者の金融サービスに関連しては、生保業界は自らを金融産業として存在するまでに事業分野を拡大することが意図されていたと思われる。そして変額保険は、そのための戦略の一つとして採用されたと考えることができるだろう。すでに述べたように、生保業界が変額保険の導入に際して基本としたものは、「小さく生んで大きく育てる」政策であった。そしてそのめざすところは、変額保険を通じた外野制度の高度化と資産運用の多様化であり、さらに「商品群という範疇を越えた、長年の懸案事である価格の自由化」であった。⁵³⁾

以上のような様々な原因が相乗的に作用し合って、生命保険会社の金融機関化現象が促進させられたと考えることができるだろう。

(続)

(たけだ・ひさよし／経営学部教授／2005年4月11日受理)

(本稿の記述にあたって、株式会社保険研究所発行の『インシュアランス生保版』所載の記事を数多く引用した。引用に際して特別の場合を除いて注記しなかったが、こ

52) 安川勤、「商品開発の新潮流」(関要編著、『変貌する変額保険』、昭和62年、金融財政事情研究会所収)42頁。

53) 変額保険がニューウェーブ商品における重要な位置をしめることについては、安川勤、前掲論文、54頁および山本雄二郎、『日本生命 総合金融戦略』1985年、株式会社ティービーエス・ブリタニカ、54頁等を参照。

ここにそのことをお断りするとともに深い感謝の意を表する次第である。なお、本稿は共同研究「非営利・協同組織と地域社会」の研究の一部を成すものである。）

Insolvency of Life Insurance Companies in Japan (6)

TAKEDA Hisayoshi

After 1992, much suits had been raised against life insurance companies from insured persons. These suits have a character that insured paid all the premium in lump some which have borrowed from banks. And this type of insurance have been contracted between life insurance companies and aged persons who have real estates in (or near) the big cities. And they had intended to pay inheritance taxes by insurance lump sum of "Variable Insurance". Then these suits were called so-called "Variable Insurance Suits".

This type of "Variable Insurance" had some defects. One was the defect of commodity itself. And it was concerned to the assumed rate of interest of this commodity. And another defect was concerned to the sales method. It was the collaboration with banks. Through so-called "Variable Insurance Suits", life Insurance companies in Japan were suffered much damage.

Now, "Variable Insurance" which had been sold from 1986 had brought big change in the life insurance business in Japan. In this paper, I mention two big changes concerned to loss of life insurance companies in Japan. One is the bad image of life insurance and another is the transformation of the character of life insurance companies which can be said from security to financial institutions.