

戦敗戦後の保険商品（1）月掛保険が経営に与えた影響

「賢者は歴史に学び、愚者は経験に学ぶ」。歳を重ねると経験が唯一の売り物になってくる。何を話しても自分の経験や成功に話になり、むやみと若者を批判するようになったら老化のはじまりだ。歴史は、客観性と普遍性が加わる。賢者は、批判されている若者と同年齢であった時代の自分を意識しながら洞察できる。しかしながら、歴史も簡単ではない。智にはたらけば干からびた歴史学が生まれるし、情にさおさせば世の中を煽動する手段となってしまう。とかく歴史は難しい。

この連載は、古いものばかりを取り扱っているため、歴史に関連するコラムということになるが、何のために書いているのかと問われると答えに窮する。賢者に読ませる「歴史」を書いているつもりはないし、また好事家の趣味のために書いているわけでもない。この問いに対する答えというわけではないが、最近の経験をお話ししてみたい。

私はバロック以降の西洋音楽が好きで演奏会にも足を運ぶが、それより前の音楽にはそれほど興味がなかった。年代でいえば、1600年よりも前の音楽には惹かれるものはほとんどなかったといってよい。最近、物故した義父が残してくれたノートルダム楽派の音楽からルネッサンス期の音楽のCDをまとめて聞き始めた。世俗音楽はほとんど舞踏用の作品だが民族音楽風で面白い。教会音楽は、人間の声の美しさを素朴に表現しているのに感銘した。

中世やルネッサンスの音楽をしばらく聴いた後で、バロック音楽を聴いてみた。すると私にとってのバロック音楽の世界が一変した。平凡だと思っていたヴィバルディの音楽がなんとも新鮮にきこえる。テレマンの音楽が複雑で洗練された音楽だと理解できた。近代の音楽を聴いている耳でバロック音楽を聴くのと、中世・ルネッサンスの音楽を聴いている耳でバロック音楽を聴くのと大違いであることを悟った。これは理屈ではなく、耳の中で起こった私の真実である。

「古いものを知ることは、今の見方を変える力を秘めている」ことを直感した。何が歴史で何か経験かと議論しても意味はない。古いものを知ることで自分が、自分の認識の地平線を広げる可能性をもっている。人生は長く生きても100年余りだが、人間は歴史をとおして生存期間をこえる長いスパンで生きることができるのだ。そしてそのことが、いまここに存在するわれわれが、よりよく生きていくために必要なことであるように思う。

さて現代の日本の歴史を考える上で第二次大戦の敗戦は避けて通ることはできない。保険会社は敗戦によって経営上の大打撃を受けた。また保険業をとりまく監督規制も激変した。このような混乱期にわが国の保険会社どのようにして生き残ったのだろうか。ここでは、残された保険商品のパンフレットからこのことを考えてみたい。

今回は、生命保険の月掛け保険を取り上げた。戦前においては、民間生保は年払いが基本で、場合によっては半年払い（あるいは3か月払い）というのもあったが、例外を除いて月払いの保険は販売していなかった。これに対して簡保は月払いを基本としていた。私

が所蔵するもっとも古い簡保の保険証書の画像を掲載したが、この契約は20年満期養老保険で保険金は22円40銭というものであった。保険料は、毎月10銭。簡保の特徴は、小口保険ということばかりでなく、保険料を基本に保険金を考えていたことであった。保険金に端数生じているのはそのためである。

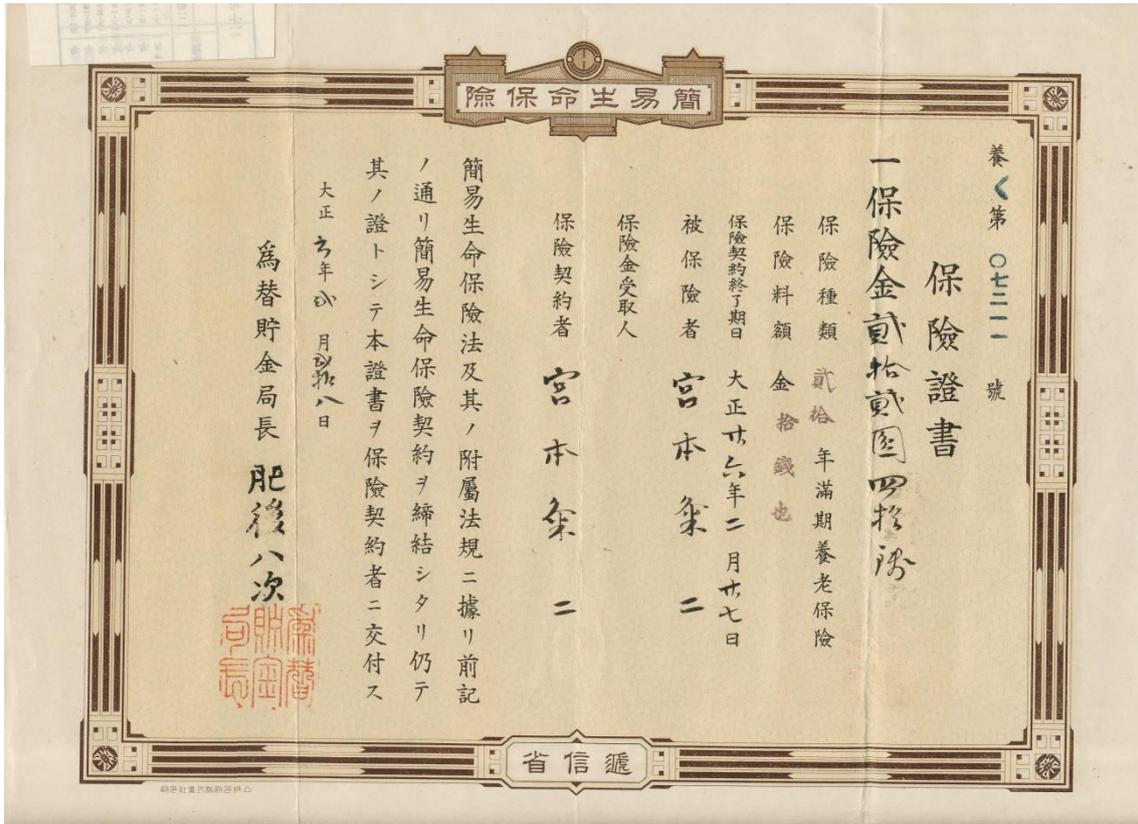
続いて掲載した第一生命の月掛保険の保険案内の裏面に次のような記述がある。「特別にご主人のお心掛を必要とする程のことはなく、奥様のエプロンのポケットから、やすやすと毎月の掛金が出てきます。それで、大きな保険がつき、お家庭が、幸福と安心で満たされます。毎月の掛金は集金員を伺わせますから、お気軽にお渡し願います。」この販売話は、戦後のいわゆる船団行政の中で、短満期の貯蓄型商品を主力として独自の路線を歩んだ太陽生命の販売戦略を連想させる。太陽生命は、戦前は通常の普通保険会社であったが、戦後の変革時の月掛保険の販売を経て、自らの歩む道を定めた可能性がある。

月掛保険は、他の有力保険会社も販売していた。次の画像は、明治生命の月掛保険の宣伝チラシである。ここでは、明治生命の伝統を「信用と奉仕で貫く70年」を謳った上で、「一か月に僅か四百円位の掛金でその日から十萬円の保証(保険金)が得られ、一定期間で保険もできます」と説明し、「毎月集金員がお伺いしますから掛け易い」こと等が強調されている。

敗戦後、日々の生活で精いっぱいの人々に対して、生命保険を販売する努力は並大抵なものではなかったものと想像される。先人は、生命保険という商品の提供をあきらめることなく、各種の「新種商品」を誕生させたのである。そのうちの一つが集金経費の掛かる月掛保険の販売であった。集金経費が嵩むことを理由に月掛保険の発売を見送った会社もあった。たとえば東京生命の「外野情報」昭和25年8月号には、富成社長が優秀社員表彰式の祝辞の中で、「一体月掛とはどんなものか？集金に12倍の経費を使って12倍の収入をえるものだろうか」と自問し、月掛保険の導入によって管理事務の大混乱が生じることを危惧している。そして、当社の業績が目覚ましく進展していないが、月掛保険を発売せずに経営の健全性を築いていることを強調している。

保険商品戦略には、1980年代後半に苦い経験をした歴史があることから、東京生命の経営理念にも一理ある。しかしこの時代の生保会社の戦略を振り返ってみると、月掛保険にしたぐらいで管理経費が比例的に増大するような事務処理体制を改善することこそが経営にとって重大事であった。このことは、その後、保険の大型化にともなって、月払い保険料が当たり前ようになった事実からもいえる。

このように考えると、会社によっては業績が欲しいだけで発売したかもしれない月掛保険という商品が、競争を通じて事務管理への投資を促進し、その結果、戦後生命保険システムと呼ばれるような大量の女性の外務員の募集チャンネルが構築される基盤を形成したものと考えることができる。最近のマイナス金利も生命保険にとっては厳しい企業環境であるが、戦後の苦しい時代を知るとその見え方も変わってくるかもしれない。



営業所名



御幸福を作るもの——明治生命本館（宮城前）

信用と奉仕で貫く七十年

明治生命は明治十四年七月九日に生
れ本年をもつて満七十年を迎えました

我々はいつまで生きられるか
人生の設計は出かけているか？

★一月に僅か四百円位の掛金でその日
から**十万円**の保証（保険金）が
得られ一定期間で貯蓄も出
ます

★毎月集金員がお伺いしますから
掛け易い

★知らず知らずのうちに貯金と万
一の保証が出来あがる

★御加入はお早い程・お若い程掛金
が安く配当・満期・借入可能の
時期も早くなる

★無診査のお取扱もいたします

明治生命
べりなほけん掛金の少いほけん
月掛保険

第廿二号

(一) 第三五號

外 野 情 報

昭和25年8月號

東京生命外野連絡紙

八 月 號

外野情報

【月刊】外野情報
(非賣品)

發行所 東京都千代田区大手町二ノ二
東京生命保險相互會社業務部
電話九ノ内(25)3330-0

發行者 井 上 良 則
編輯者 井 清 水 卓
印刷者 井 清 中 澤 卓 郎

積極政策を推進せん

—(表彰式に於ける祝辭要旨)—

社長 富 成 宮 吉

皆さん、本日はお暑い中、集り下さつて御苦勞様でした。先程下村常務より説明の通り、皆さんの昨年度の御努力は、誠に御立派なものであり、厚く御禮を申し上げます。一寸の間だけ私の不斷考へて居る處を申し上げます。

昨年度の業績は如何だつたか？ 皆さん御承知の通りであります。昨年、甚な事ずべて場当たり式で何ら確信もなかりませんでした。例へば月掛を始め、廣告を出したり哲人眞

似ばかりであつて遠慮なく云へばこの會社の経営もなつてゐないと云へると思ふのであります。

一体月掛とはどんなものか？ 集金に十二倍の経費を使つて十二倍の収入を得るものだから、一度集金してしまふともう算盤がとれないから後には構はずにゐると云ふ考へがあるらしいが金額はたとへ少しくても信用を第一とする保險社は少しの保険料でもお客さんから預かれば責任を以て保管しなければならぬのであります。例へば月掛と集金に他の會社の数字に比べると

と云つてよい加減にしてゐると本社のカードは目茶苦茶になり、整理も何も出来なくなつてしまふ。この事は戦後後に契約を本社に集めた時、後の方の苦勞は並大抵の事ではなかつたのであります。月掛はこの苦しみを再び繰り返す事になるわけであり、必ずしも不幸な事ではありません。皆さんがこの點をよ承知して頂いて、無理をせず、月掛をやらなかつたのであります。昨年度の我が社の新契約高が百億に足らなかつたのは誠に残念ではありましたが、然し他の會社の数字に比べると

