

N-001

インターネットによる簡易保険販売の可能性 The Possibility to Sell "Kampo(Postal Life Insurance)" on the Web

井出 明*

Akira Ide*

1. はじめに

本稿では、未だインターネット上で販売されていない“かんぽ（簡易保険）”について、その特質から説き起こし、当該商品を WEB 販売する可能性と妥当性について論じてみたい。

2. “かんぽ”を捉えるための視点

“かんぽ”（＝簡易保険）は、世界的に見ると極めて不思議なシステムであると言える。かんぽが有している資金量がすでに110兆円を超えており、民間部門の6割程度の規模を有しているというのは、現代の金融の感覚からすれば、若干訝しいものであるかもしれない。

金融市場における資金の自由流通については、郵政民営化が議論の俎上に上るはるか前から新古典派の経済学者達によってその実現が期待されていた。有名な議論としては、金融ビッグバンが論じられた頃に、日本の金融市場の閉鎖性が海外から非難されていたが、当時から300兆近い郵貯と100兆近いかんぽについては、日本の金融市場の閉鎖性の象徴として認識されていた節もあったと言えよう。経済学の入門的教科書でも、郵貯が M2+CD としてカウントされていないことが、批判的な視点で取り上げられることが多かった[1]。旧郵政省が有していた金融資産の総額から考えるならば、民営化によって M2+CD として当該金融資産をカウントできるようにすることは、日本の金融の実態を見えやすくするために必要な対応であったと言えるかもしれない。

実際、フランスをはじめとする多くの先進国では、公設保険の民営化が進んでいる[2]。日本においても、周知の通り小泉政権下で郵政民営化が行われた。

かんぽは、元々営利企業としての発想はない。もちろん、民間生命保険会社は相互会社であり、営利を前提とする株式会社ではないという論理も成り立ちうるが、現実生命保険会社は近年まで多額の利益を出しており、社員が高給であることでも名を馳せていた。そうであるとすれば、民間生命保険会社を営利ではないと断ずるのは、本質から離れた議論であり、実態は営利を目指していると言っても特に問題は無いと言えよう。また、本年、第一生命が相互会社から株式会社に転換した際も、会社形態の変更に対して、世論からはほとんど批判らしい批判が出てくることもなく、むしろ株式市場の低迷を救う救世主のような扱いで歓迎されたことは、相互会社と株式会社に対する一般市民の認識の差がほとんどなかったことの証左となっていると言えよう。

話をかんぽに戻してみたい。かんぽは、近年まで公営であっただけでなく、もともとが庶民の生活を支えるという哲学を有しており、その思想に基づいた制度設計が行われた。したがって、加入の手続きは簡便であり、いわゆる

「金払い」も良かったため庶民層に人気のあるセーフティネットであった。

言い換えれば、かんぽは全国津々浦々の人々に生命保険というセーフティネットを提供したわけであり、生命保険におけるユニバーサルサービスを提供していると捉えることも出来る。

3. e-commerce とかんぽ

このかんぽのユニバーサルサービスの精神を鑑みたとき、かんぽを積極的に e-commerce の網の中に取り込み、かんぽのネット販売に向けて動き出すべきなのであろうか。それとも、あくまでも対面・窓口販売を守るべきなのであろうか。

この点については、デジタルディバイドの問題と関連させて考える必要があると思われる。デジタルディバイドとは、平たく言えば情報格差を意味し、元来はアメリカにおける人種や年収の格差が IT リテラシーと関連を持つ状況を説明するための言葉として用いられていた[3]。やがてこの概念は、国際社会における途上国と先進国の情報格差を示す用語として使われたり、日本の過疎地に住む人々や高齢者などの情報への弱いアクセシビリティを表す為にも使用されるようになった。

総務省（旧郵政省）のテレコム部門では、長年このデジタルディバイドの解消のために努力を重ねてきた。インターネットの普及率は、2001年の4割強から今や7割を超えている。また、ブロードバンドのカバー率は75%にも達し、世界でも屈指の情報大国と言えよう[4]。

かんぽや郵貯の根幹思想は、国民に広くあまねくセーフティネットや金融サービスを享受させることであり、これは情報通信の恩恵をユニバーサルに実現させようとする総務省のテレコム部門と哲学的に同一であると言える。かんぽはもちろん旧郵政省のサービスに由来しており、旧郵政省が有していた国民へのホスピタリティマインドこそが、かんぽを実現させるとともに、現在のブロードバンドの拡大をもたらしていると言えるかもしれない。

そうであるとすれば、インターネットという通信の利益の享受者が、全国民と一致するまでは、かんぽをインターネットで売ることは難しいかもしれない。現在のように、まだインターネットの恩恵が国民全員に行き渡っていない現状でかんぽのネット販売を行った場合、かんぽの契約が可能な層がインターネットを使える人々に隔たってしまう懸念があるため、かんぽのネット販売の解禁はある程度は慎重にならざるを得ないと言えよう。

4. 携帯電話とかんぽ販売の可能性

前章で述べたインターネット普及率は、参考資料でも言及しているとおり、携帯電話による接続を含んでいない。携帯電話の普及率を考えた場合、NTTdocomo による

FOMA 回線網の人口カバー率は、ほぼ 100%であるため、携帯電話を用いたインターネットについては認めても良いと思う向きもあるかもしれない。

しかし、私としては、以下の理由によって携帯電話によるかんぽ販売については与すことが出来ない。

携帯電話によるいわゆるモバイルの e-commerce は、出先でも気軽に電子商取引が出来るという点に重要性がある。もちろん有体物をタイムセールで買うこともあるであろうが、モバイルの e-commerce が発揮する威力の核心部分は、無体物のサービス購入にあると言える。典型的なサービスは株式売買であろう。出先で急な株価の乱高下に出くわした時など、モバイルによる取引は大変便利であるとともに、市場参加者に安心を与えることにもなる。

かんぽの加入については、有体物をタイムセールで買うような気軽さはないであろう。いくらかんぽが手軽であると言っても、加入者のポートフォリオやライフサイクルが関係する以上、出先で急に加入契約をしなければならないという可能性は低い。むしろ、出先で衝動的に入るようなものであってはならないはずである。

さらに入力ミスや誤変換といった基本的な問題ですら、現在の携帯電話では有効に防ぐ手だてがあるとは言にくい。

とすれば、携帯でかんぽに加入する仕組みを作る社会的要請は低いと言って良い。

5. 情報公開の手段としての WEB

前節までは、契約について、未だ WEB で完結させるべきではないと言う持論を展開した。但し、これはかんぽが WEB と関わりを持つべきではないと言うことを意味しているわけではない。もちろん約款をはじめとする各種の情報公開の手段としては、WEB は非常に強力な手段となりうる。加入者を安心させるためにも、かんぽの運用先など一歩踏み込んだ段階まで WEB で公開したとしても、それは何らの問題もないであろう。

かんぽや郵貯はこの原稿を書いている段階（2010 年 6 月）では、財政投融资に回ることにはないが、財投の財源として復活する可能性は最近盛んに報道されている。情報公開は民主主義の根幹であり、財投はこれまで「第 2 の予算」という言い方でされてきた。仮に財投が復活するとすれば、投資先や運用形態などについて、WEB で報じていくことは財政民主主義の観点からはむしろ望ましいと言えるかもしれない。

6. 今後の展望

これまでかんぽのネット販売について否定的な論調を展開してきた。しかしこの話は将来に渡ってまで、かんぽをインターネットで販売することを禁じようとするものではない。ここまでの論理は、あくまでインターネットの普及率とユニバーサルサービスとしてのかんぽのあり方に照準を合わせて進めてきている。とすれば、インターネットの普及率が上がった場合は、当然インターネット販売も認められて然るべきであろう。

また、インターネットの普及率が上がった場合は、セーフティネットとしてのかんぽの役割から鑑みるに、筆者がこれまで提言してきた「契約者を守るためのシステム」と

いう考え方は、まさにかんぽにこそ適合すると言えるのではないだろうか[5]。筆者はこれまで、システムの力によって契約者の勘違いや誤解を防ぐ可能性について言及しているが、かんぽについてはこういった注意喚起の仕組みは、より強く要請されると考えられる。なぜなら、かんぽはあくまでも営利ではなく、庶民救済を目的として作られた経緯があるため、保険に詳しくない一般の人々が陥りやすい誤解については、極限まで排除されるべきだからである。このように考えた場合、インターネットの普及率さえクリアしてしまえば、実は情報システムによる保険の契約という考え方は、かんぽの精神と親和性があるとまで断言して良い。今後、かんぽの運営形態がより公的なものになるかは不透明であるが、情報システムの力を使って国民の利益を守るという観点に立てば、かんぽの契約を e-commerce の面から考えるのではなく、e-government（電子政府）の視点から分析する必要もあるかもしれない。

謝辞

本調査研究は、財団法人かんぽ財団・財団法人簡易保険加入者協会平成 21 年度の助成による。

参考文献

- [1] 中谷巖『入門マクロ経済学 第4版』日本評論社(2000) pp119-132
- [2] 天野佳子「諸外国の公営生命保険 民営化の潮流 ― わが国簡易保険のあり方にてらして ―」『ニッセイ基礎研究 REPORT』ニッセイ基礎研究所 (2000) 2000 年 4 月号 pp1-4
- [3] 井出明他「熊本市民のデジタルディバイドに関する対面調査と分析」『情報処理学会研究会報告』GN-47 情報処理学会 (2003) pp73-78
- [4] 総務省編『平成 21 年版 情報通信白書』ぎょうせい (2009) pp120-126
- [5] 井出明「WEB における保険契約の問題点とその改善手法について」情報処理学会 50 周年記念大会講演論文集 (2010) 講演番号講演番号 2J-3