

研究論文

金融自由化の進展と保険価格構造

— 損害保険料率制度の将来像 —

Framework for Insurance Rating amid the ongoing Financial Deregulation

岩瀬 泰弘*

- I. 問題の所在
- II. 料率自由化の特異性
- III. 損害保険の特性
- IV. 算定会料率制度の再評価
- V. 損害保険料率制度の将来像
- VI. 損害保険料率の特殊性

保険自由化は金融自由化とは異なり、「料率の自由化」と「通販の開放」とが同時に行われ、その本質は日米保険会社の利害対立がもたらした“販路参入障壁の開放”である。現在、損害保険業界は保険金の支払漏れが多発し社会から厳しい非難を浴びている。保険金の支払漏れの多くは従前の算定会料率¹商品であり、自由化によりこれらの商品が利用者に混乱を与えている現状を考えると、従前の算定会料率商品は少なくとも現状よりは利用者ニーズに合致した商品であったということが言える。

金融自由化は予想を上回るスピードで進展しており、2007年12月には銀行による保険販売が全面解禁された。今後、損害保険業界が健全なる発展を遂げるには、アンダーライティングを中心とするリスクテイクと資本の充実度の関係を適正に管理し、経営の健全性を確保しながら資本効率を高めることが必要となる。そのためにはEVA等の新しい経営管理指標の導入²と同時に、それを支える料率（価格）秩序の再構築が急がれる。

本稿では、従前の算定会料率制度の再評価を行うとともに、10年先、20年先のわが国の損害保険の市場構造および市場特性がどのように変化していくかを予測することにより、料率制度の将来像を考察する。結論的に言えば、現在の料率算出機構を見直し、営業料率統計機関を新設することが肝要である。その場合、料率算出機構の単なる移行ではなく、透明性を図る意味から、一般事業会社、金融アナリストおよび学識経験者等を交えた統計機関とすることが求められる。

キーワード：保険自由化の特異性、保険の市場構造・市場特性、保険料率の特殊性

* 福井県立大学地域経済研究所

I. 問題の所在

現在、損害保険業界は保険金の支払漏れが多発し社会から厳しい非難を浴びている³。保険金の支払漏れの大半は自動車保険（自賠責保険除く）、火災保険、傷害保険という従前の算定会料率商品である。自由化によりこれらの商品が利用者に混乱を与えている現状を考えると、従前の算定会料率商品は、少なくとも現状よりは利用者ニーズに合致した商品であったということが言える。

本稿は、損害保険の料率制度を再検証するとともに、その将来像を考察する。料率制度の将来像を検討するにあたってのポイントは、損害保険の商品特性、市場特性、および事業特性からもたらされる「料率協定の要請」と、規制緩和の流れの中で、競争促進による「効率化促進の要請」という相対する2つの要請をどのような形で調和させるのかとすることに尽きる。その場合、前提となるのは、従前の算定会料率制度に見られる様々なメリット・デメリットは、単に算定会料率という制度あるいは仕組みそのものだけに起因するものではなく、わが国の損害保険の市場構造あるいは市場特性と表裏一体となってもたらされているということである。したがって、検討にあたっては、10年先、20年先のわが国の損害保険の市場構造および市場特性がどのように変化していくかを予測した上で、損害保険の料率制度の将来像を考察する必要がある。手順は以下のとおりである。

まず、保険自由化における料率自由化の特異性について述べる。次に、わが国の損害保険の商品特性、市場特性、および事業特性を明らかにする。その上で、従前の算定会料率

制度の再評価を行う。最後に、料率制度の将来像について、主として損害保険の市場構造・市場特性の変化を予測し、今後どのような仕組みが望ましいかを考察する。

II. 料率自由化の特異性

1. 料率自由化の変遷

表2-1は、損害保険における料率自由化の変遷を表したものである。1996年4月の保険業法改正⁴、同年11月の金融ビッグバン構想⁵提唱、同じく12月の日米保険協議⁶決着を経て、1998年6月に金融システム改革法⁷が成立し、同年7月に算定会制度改革が行われた。算定会制度改革では、従来独占禁止法の適用除外であった算定会料率の使用義務が廃止され、2年間の経過措置を経て、2000年6月に損害保険料率が自由化された。

「料率の自由化」に至る過程で、論議の中心になったのが損害保険料率算出団体（以下、料率団体という）の役割である。自由化以前は、1948年制定の損害保険料率算出団体に関する法律（以下、料団法という）に基づき、料率団体は損害保険会社から保険契約に係る契約・支払データを収集し、これを基に営業保険料率を算出し、保険会社がこれを使用することとされ、料団法に基づく正当な行為は独占禁止法の適用除外とされていた。基本的にはこの体制が1998年まで続いた。いわゆる50年体制である。この間、料団法制定直後の1948年に損害保険料率算定会が設立され、1964年にはモータリゼーションの普及から自動車保険を分離する形で自動車保険料

表 2-1 損害保険における料率自由化の変遷

1996	<u>96.4 「保険業法の改正」</u> 損保・生保相互参入 算定会制度の見直し 商品・料率の届出制の導入	<u>96.11 「金融ビッグバン構想の提唱」</u> わが国の金融システムを、フリー (free)、 フェア (fair)、グローバル (global) の 3原則の下に、国際的水準に引き上げる ための改革	<u>96.12 「日米保険協議決着」</u> 主要分野の規制緩和 (算定会料率使用義務廃止等)
1997	<u>97.6 「保険審議会報告」</u> 算定会制度の見直し 金融業態間の参入促進 銀行等による保険販売		
1998	<u>98.6 「金融システム改革法成立」</u> 算定会制度の見直し 業態間の相互参入 業務範囲の拡大	<u>98.7 「算定会制度の改革」</u> 損害保険料率算出団体に関する法律の改正 算定会料率使用義務の廃止 (経過措置 2年間)	
1999			
2000	<u>00.6 「算定会料率の経過措置終了」</u>		
2001	<u>損害保険各社が独自に開発した商品の登場</u>		
2002			

出所：日本損害保険協会 [2006] 『日本の損害保険 ファクトブック』を基に筆者が作成。

率算定会が設立された。尚、損害保険料率算定会および自動車保険料率算定会は、料率自由化後の2002年に再統合され、現在は損害保険料率算出機構となっている。

2. 販路参入障壁の開放

損害保険料率の自由化は、先に述べた金融システム改革法の中で、2001年までにわが国金融市場をニューヨーク、ロンドンと並ぶ国際金融市場とすることを目指すプランの一環として、1996年12月の保険審議会で検討された「保険業の在り方を見直しについて(1997年6月)」の中で枠組みが定められたものである。その中で、算定会制度改革の中心として、料率団体が料率算出を行っている

保険種類のうち、商品・料率の多様化や適正な競争の促進が消費者利益の増進に繋がると考えられる自動車保険(自賠責保険除く)、火災保険、傷害保険については、料率団体が算出する料率の遵守義務を廃止し、料率団体は遵守義務のない純率⁸についてのみ参考料率⁹を作成・算出する制度とすることが適当であるとされ、これを受けて料団法等の改正が1998年7月に施行された。同時に、料率団体の正当な行為等に対して認められていた独占禁止法の適用除外は廃止された。

保険自由化は大きく「業際の自由化」と「料率の自由化」に分けることができるが、これは金融自由化が「業際の自由化」と「金利の自由化」に分けられたことによる。しかしながら、保険自由化は金融自由化とは異なる

り、「料率の自由化」が「業際自由化」に先行して行われ、さらに「料率の自由化」と「通販の開放」とが同時に行われている。つまり、極端な言い方をすれば、保険自由化の本質は、日米保険会社の利害対立がもたらした“販路参入障壁の開放”である。以下、「料率の自由化」が「業際自由化」に先行して行われた経緯、「料率の自由化」と「通販の開放」とが同時に行われた経緯について述べる。

(1) 「料率の自由化」が「業際自由化」に先行して行われた経緯

保険には「第三分野」¹⁰という事業分野がある。「第三分野」とは、第一分野（生命保険）と第二分野（損害保険）のいずれにも属さない事業分野で、具体的には傷害保険、医療保険および介護保険を言う。「第三分野」は新商品開発の都度、生命保険か損害保険かが議論され、商品認可にあたり行政および生損保間で論争が繰り返されてきた。旧保険業法には生命保険業あるいは損害保険業の定義がなく、保険契約法を定める商法の規定にその解釈が委ねられている。しかしながら、商法には生命保険契約と損害保険契約の定義が定められているにすぎず、傷害保険、医療保険等が生損保のいずれに属するかは判然とせず、その判断は行政の方針に任されていた。こうした状況の下、1996年の保険業法改正で、生命保険と損害保険のほかに「第三分野」が明記され、生命保険会社、損害保険会社のいずれもが営むことができるようになった。

保険業法改正以前は、この生保とも損保ともつかない玉虫色の保険である「第三分野」について、生保は傷害保険を販売できず、逆に

損保は医療保険を販売できないという規制があった。そのため、「第三分野」は生損保間のニッチ市場となっていた。保険業法改正論議にあつては、日本の生損保会社がそれぞれ互いにライバルである生損保市場に販路を拡大させようとしたことから、当初、「料率の自由化」よりも「業際自由化」が先行課題となっていた。

一方、米国保険会社は、日本の保険市場への参入に際し、生保は生命保険募集人、損保は代理店という強力な販売チャネルを有していたため、新たに販売チャネルを構築することはイニシャルコストの問題もあり容易ではなかった。そこで、ニッチ市場である「第三分野」に販売特化することにより利益を得ていた。しかしながら、先の保険業法改正論議は、米国保険会社にすれば「第三分野」がニッチ市場ではなくなり日本の保険市場からの撤退を意味する。このため、日米包括経済協定¹¹の一環に保険分野を加えることで「業際自由化」の進展を意図的に遅らせた経緯がある。具体的には、生保の傷害保険への参入に対し、参入時期を遅らせる旨のロビー活動を米国連邦政府に働きかけることにより通商摩擦問題化した。

(2) 「料率の自由化」と「通販の開放」とが同時に行われた経緯

わが国で保険自由化が論議されていた頃、英米保険市場においては、テレマーケティングという販売チャネルを介さず電話で直接顧客に保険を売り込む「ダイレクト通販」が発展していた¹²。「ダイレクト通販」は、販売チャネルの構築に要するイニシャルコストを削減でき、後発の保険会社にとっては極めて

有利な販売方式である。英国では、ダイレクトライン社が「ダイレクト通販」を活用し、極めて低い事業費率を武器に、自動車保険の保険料を大幅に割引くことにより急速にマーケットシェアを拡大していた。

一方、わが国の保険市場では、“販売チャネルの構築に要するイニシャルコストが重い業界において非価格競争が行われる”¹³という状態が長く続き、このような状況にあっては新規参入者の数も限られていた。そのため、外国保険会社はニッチ市場としての「第三分野」でしか利益を得ることができなかった。ところが、先に述べたように「ダイレクト通販」は販売チャネル構築のイニシャルコストを削減できるため、米国は日米保険協議の場で、生保の傷害参入への対抗策として、1996年に自動車保険における「ダイレクト通販」の導入を主張した。これに対し、日本の保険会社は、既存の販売チャネルとの関係構築の問題があり、「ダイレクト通販」にすぐには参入できないというジレンマがあった。その結果、「料率の自由化」よりも「業際の自由化」を先行させようとする日本と、「業際の自由化」を遅らせ「料率の自由化」を先行させたい米国との利害調整は進まず、対米通商摩擦の代表事例と化した。

つまり、わが国の保険自由化の本質は、「料率の自由化＝通販の開放」という、米国保険会社による一方的な“販路参入障壁の開放”である。この流れの中で、1996年10月1日、生保の傷害保険への参入について対米合意を得られないまま、アメリカン・ホーム社（AIG社の日本子会社）に自動車保険の通販が認可された。

Ⅲ. 損害保険の特性

本章では、損害保険料率の将来像を考察にするにあたり、料率と密接な係わりがある保険特性について記述する。これは他事業には見られない保険経営に本質的なものであり、経営行動における様々な特殊性がそこから派生する。

表3-1は、保険の特性を一覧表にまとめたものであるが、ここでは特に料率と密接な係わりを持つ特性につき、その詳細を述べる。

1. 商品特性

(1) 価値循環の転倒性¹⁴

通常の財・サービスの場合、製造原価が先に支出されて販売代金の中にそれが織り込まれる形で事後的に回収されるという価値循環が繰り返される。これに対して、損害保険の場合には販売代金（保険料）を先に受け取り、後で製造原価となる保険金を支払うという形となっている。すなわち利益の先取りという形で保険料を受領し、事後に保険金の支払いという形でコストが生じる。つまり契約時の保険原価は事後に決定され、それはあくまで確率という形でしか把握することができない。これは保険料率の形成を100%市場に任せるといえるのは問題があることを示している。保険原価が事後に確定される事を考えた場合、保険料率の下限には理論的限界があるが、それを遵守するというモラルスタンダードがわが国においては十分に確立していないと考えられる現状がある。料率が自由化されれば、自己の市場拡大を狙って過大な料率引下げを行う者が現れる。

(2) 道徳危険

道徳危険はモラルハザードとも呼ばれている。すなわち、契約の成立後に一方が行動を変えたため、他方が契約成立前に想定していた状況と異なることを言う。例えば傷害保険に加入後、頻繁に通院するようになり結果として保険会社の保険金支払が多くなる、また、自動車保険に加入後、運転が粗雑になり車両保険金の支払いが増加するということ等がある。これらは、すべて契約の成立そのものが人間の行動を変化させ、契約前に想定した条件が適合しなくなるケースである。採用された後には働かない社員や、患者を引き留めるために治療を長引かせる医者等の行動等も道徳危険の例である。

道徳危険の防止策として、現在、損害保険会社が行なっている方法がある。保険加入者の不用心な行動を押さえる方法で、免責金額の設定と自己負担額の設定である。免責金額の設定とは一定の損害額までは保険契約者の負担とし、それを超える損害額のみを保険会

社が支払う方法である。又、自己負担額の設定とは健康保険に見られるように何割かを自己負担とする方法である（道徳危険を防止する方法はこの他にもあり、シグナリング、自己選択、スクリーニング、セカンドオピニオンがよく知られている）。

(3) 逆選択

逆選択とは、取引される財・サービスの品質に関する情報が不完全なために、品質の劣る財・サービスがより多く出回り、品質の良い財・サービスの取引が阻害されることを言う。良い商品を選択しようとしても、結果的に逆の選択が行われるという意味で逆選択と呼ばれている。

逆選択は損害保険事業で起こりやすい。保険料の設定を優良ドライバーと事故多発者との平均で設定すると、優良ドライバーは保険に加入しない。その結果、事故多発者だけが保険に加入することになり、逆選択が発生し保険会社は採算が合わなくなる。

表 3-1 損害保険の商品特性、市場特性、事業特性

特 性		問題点・防止策
商 品 特 性	価値循環の転倒性	キャッシュフローの逆転
	条件付の財	現実的給付（保険金）を得られるのは購入者の一部である。購入者は価格（保険料水準）を客観的に判断できない。
	道徳危険	防止策としては、免責金額の設定、自己負担額の設定、シグナリング、自己選択、スクリーニング等がある。
	逆選択	防止策としてはリスク細分型自動車保険等がある。
	情報の非対称性	保険会社と代理店とのエージェンシーコストの存在
市 場 特 性	独占的競争市場	密接な代替財（類似商品）の存在
	ローカル市場が少ない	保険会社には、銀行、証券のように地方保険会社が存在しない。
	アウトサイダーが少ない	外国社を加えても殆どの会社が同一・類似商品を扱っている。
事 業 特 性	供給の無限性	商品の在庫余剰・商品不足という問題が起こらない。
	過当競争に陥りやすい	通常の財・サービスに比べ過当競争に陥りやすい。
	より大きい母集団の必要性	保険の原価である純率は、大数（たいすう）の法則により母集団が大きくなればなるほどデータの統計的信頼性が増す。
	信用の外部性	個別企業の事業の失敗は、国民の保険事業全体に対する信用失墜に繋がりがやすい。
	公的規制の存在	公共性が強い事業であるため規制を受けることが多い。

出所：岩瀬 [2007] 『企業価値創造の保険経営』を基に筆者が作成。

2. 市場特性

(1) 独占的競争市場

チェンパリンは、独占的競争を「同一産業内の企業数が多く、各企業は自己の行動に対する他の企業の反応を考慮しない、長期的には企業の参入・退社は自由であるという点で完全競争と同じであるが、各企業の生産する財は同一産業内の他の企業の生産する財と「密接な代替財」であり、完全に同質な財ではなく、各企業の製品に差別化がみられるという点で完全競争とは異なる。」としている¹⁵。独占的競争市場の典型的な例はブランド商品（シャネル、ルイヴィトン等）である。ブランド商品は会社によって個々の商品に違いがあるものの、全体としてある程度の顧客（市場）を持っている。文京区本郷の老舗旅館、銀座のクラブ等も独占的競争市場の例である。

日本の損害保険会社の多くは複数保険会社の「乗合代理店」¹⁶として運営されており、「乗合代理店」は乗り合っている保険会社の商品のうち、顧客にとって最も有利な商品を提供しようという行動に出る。その結果、損害保険会社間の競争は購入者の段階ではなく販売する段階において既に競争状態にある。又、「共同保険」¹⁷という契約形態も企業との契約を中心に多く見られるが、保険会社間のシェア争いは壮絶を極めており、ここにおいても既に競争が働いている。一方、損害保険会社における各社の商品はそれぞれ異なっているが、基本的には同じような機能を備えた類似商品、すなわち「密接な代替財」が多数存在する。以上から、損害保険市場は競争市場と独占市場の両方の性質を持つ独占的競争市場と言える。

(2) ローカル市場が少ない

損害保険には、銀行、証券のように地方損害保険会社というものが存在しない。日本は国土が狭く、昨今の情報通信技術の発展に伴う情報の均質化がすべての産業において見られる。また、日本の損害保険会社の殆どは全国的な営業を展開しており、きわめて均質な1個の市場となっているためローカル市場が少ない（交通共済等の特定エリアを取り扱う代理店、地域に制限がある農協等、一部例外あり）。

(3) アウトサイダーがあまり存在しない

ローカル市場が少ないことと裏腹であるが、外国社を加えても殆どの会社が同一、類似した商品を取り扱っているのも特徴の一つである。このように少数の事業者だけで運営されアウトサイダーがあまり存在しないという点は、一般事業会社だけでなく金融・証券業と比較しても、ローカル市場が少ないことに加え顕著な市場特性と言える（全整連等の特定業種を取り扱う代理店、加入者の範囲に制限がある農協等、一部例外あり）。

3. 商品特性

(1) 供給の無限性

通常の財・サービスの場合には生産者に生産能力の限界があり、その限界を超えて生産量を増やすと商品1個あたりのコストは上がってしまう。そのため生産量には必ずと限界があり需給バランスで価格が決定されていく市場メカニズムが機能する基盤が存在する。

これに対して、損害保険の場合は販売代金を受け取った後に製造原価を支出するという

価値循環の転倒性がある上に、生産が容易であり原則として保険商品の在庫余剰・商品不足といった問題は起らない。これは商品提供にあたり、製造設備の稼働や仕入れが不要（再保険手当できない特殊な引受や、タイトマーケット時における特殊な商品を除く）であるため、供給の弾力性が無限に大きいことに基づく。

（2）過当競争に陥りやすい

上記（1）より、損害保険の場合は通常の財・サービスと比較して量的拡大のインセンティブが大きく過当競争に陥りやすいという事業特性を有している。

（3）より大きい母集団の必要性

損害保険の原価たる保険金の支払は「大数（たいすう）の法則（詳細は第VI章で述べる）」により母集団の規模が大きくなればなるほどデータの統計的信頼性が増し、その結果、製造原価に相当する純保険料を算出する際に安全率を低減させ、低い純保険料で済むということとなる。

このことは、損害保険の場合には通常の財・サービスにおける「生産量の拡大＝平均費用の低下」という一般的なスケールメリットに、さらに「生産量の拡大による限界費用の逡減」という要素が加重されるということを意味している。

IV. 算定会料率制度の再評価

本章では、保険自由化論議における従前の算定会料率制度への批判を踏まえ、算定会料

率制度の再評価を行う。

1. 従前の算定会料率制度の評価

先に述べたように、損害保険商品の料率（価格）制度の在り方を検討するにあたってのポイントは、損害保険の商品特性、事業特性、および市場特性からもたらされる「料率協定の必要性」と、規制緩和の流れの中における「競争促進の必要性」という相反する2つの必要性を如何に調和させるかにある。

損害保険事業の社会的使命は、家計、企業を問わず国民経済の安定と発展に不可欠な損害保険という商品に関し、利用者ニーズに合致した商品を、適正な料率（価格）で安定的に供給することに他ならない。したがって、従前の算定会料率制度のメリットおよびデメリットを評価する基準は、「利用者ニーズに合致した商品」、「適正な料率（価格）」、および「安定的な供給」の3点である。

（1）利用者ニーズに合致した商品

昨今新聞紙上を賑わしている保険金支払漏れの多くは、自動車保険、傷害保険、火災保険という従前の算定会料率商品である。自由化によりこれらの商品が利用者に混乱を与えている現状を考えると、従前の算定会料率商品は少なくとも現状よりは利用者ニーズに合致した商品であったということが言える。

従前の算定会料率商品は、料率改定の際に利用者ニーズに合わせて担保範囲の拡大等商品の改善が順次行われ、時々の社会情勢に合わせて利用者ニーズに合致すべくイノベーションが図られてきた。特に傷害保険分野においては、算定会料率商品を補完する形で利用

者ニーズに合致した商品が業法認可料率¹⁸商品として多数開発、販売されてきた経緯がある。

(2) 適正な料率（価格）

従前の算定会料率は、算定会法第9条に言う「合理的」「妥当」「公平」という料率3原則に則って算定され、毎年定期的な検証がなされ迅速な改定が行われてきた。これにより利用者に適正な料率（価格）による損害保険商品が供給されてきた。料率（価格）の内訳を「純率」と「付加率」¹⁹に分けて見た場合、算定会料率の「純率」は算定会加盟会社全社のデータを集めることにより、個々の会社ごとのデータに比べ相当高い統計的信頼性を得ることができる。その結果、「純率」自体の安定性やトレンドファクター的信頼性が増し、制度のメリットは十分発揮されていたと言える。また、算定会料率の「付加率」も算定会加盟会社全社のデータを集めることにより、経費のトレンドファクターを見ていく際の信頼性が増すと同時に、合理化目標を導入することによりコストダウンのインセンティブが働いており、制度のメリットはある程度得られていたと考えられる。

一方、損害保険事業は巨視的に見れば間接金融事業の一種であり、個々の契約は停止条件付資本取引²⁰である。このような資本取引において、例えば住宅火災保険や海外旅行傷害保険のように制度運営のためのコストが保険料の過半を占めていたという実態は、これらの商品の単価が低いとか損害調査のためのコストがかかる等の理由があったにせよ、到底社会の納得を得られるものではなかったことも事実である。

(3) 安定的な供給

戦前の日本の状況や米国の保険危機の状況と比較すれば、適正且つ安定的な算定会料率が損害保険の安定的供給に果たしてきた役割は大きい。戦後の日本において、昭和40年代に自動車保険の引受規制が相当規模で行われた事実がある。しかしながら、これは当時の料率が不当に安すぎる（適正でない）ために起こったことであり、適正料率の確保が損害保険の安定的供給には不可欠であることを示しているものに他ならない。

一方、損害保険事業と同一のものが「共済」という名のもとに相当規模で行われている事実は、損害保険料率水準に対する一部利用者の不満の表れである。これらの利用者については、損害保険会社が損害保険の供給の責務を果たしていないことを十分認識しておく必要がある。

2. 従前の算定会料率制度への批判

前節では従前の算定会料率制度が果たしてきた機能やそれに対する評価を述べた。ここでは、従前の算定会料率制度に対する批判についての再検証を行う。具体的には、「料率に差が見られない」「コストダウンのインセンティブが働かない」「消費者不在の過当競争」「超過利潤の発生」「新商品、新料率体系の改革が遅れている」「損害保険会社の自己責任が働かない」「共済、キャプティブの台頭」の7点である。

(1) 料率に差が見られない

従前の算定会料率においては料率に差がなく同一商品、別料率（価格）という状況はな

く、消費者に対する混乱も起こり得なかった。しかしながら、独占的競争市場である損害保険市場において、自由化以降、類似商品（密接な代替財）が数多く出回り、消費者に混乱を与えている。

同一商品、別料率（価格）の場合、効率性に劣る損害保険会社が、ある商品について他社よりも高い料率（価格）を設定した場合、直ちに共同保険契約や乗合代理店による契約を失うばかりでなく、長期的には当該社の専属代理店に他社乗合が生じ、専属代理店による契約までも失う可能性がある。その結果、当該商品は市場からの撤退という形に追い込まれていく。さらに、その影響は単に一部の市場からの撤退に留まらず、長期的には、①スケールメリットの縮小⇒②効率性の低下⇒③競争劣後⇒④別の商品の市場からの撤退、という形で縮小再生産の悪循環に陥る。そこで効率性に劣る損害保険会社はこうした事態を避けるため、同一商品、別料率（価格）ではなく商品の一部を変えて、別商品、別料率（価格）により効率性の劣る部分をカモフラージュすることになる。その結果、一般の消費者は料率（価格）の客観的優劣や妥当性を判断することができなくなり、新たな非効率の温床を作る結果を招くことになる。これは単に商品開発、商品戦略だけの問題ではなく、第三章で述べたように、日本の損害保険市場は少数の事業者が全国的な形で事業を営んでおりローカル市場が少ないことや乗合代理店の存在と深く関わっている。

一方、仮に各社の販売する商品、料率（価格）について市場メカニズム（完全競争）の導入を図ろうとすれば、当該別商品についても他社の販売を認めることになる。この場合

当該別商品の市場において、効率性に劣る損害保険会社は当然の事ながら市場を失っていく。また、自動車保険、火災保険等の国民生活に密接に繋がりがあある商品において、各社の商品内容がバラけたことにより、逆に利用者の混乱を招き保険金の支払漏れが多発していることを考えると市場メカニズムの導入だけでは本質的な解決にはならない。

では、各社の付加率の格差をそのまま営業料率にダイレクトに反映させてはどうかという選択肢も考えられるが、この場合は以下の問題が生じる。

- ①市場の寡占化を、急速且つ人為的にもたらず。
- ②効率性に劣る損害保険会社の効率化努力を無視することになる。

以上、「料率に差が見られない」という問題は、単に損害保険商品の料率（価格）制度だけの問題ではなく、日本の損害保険の市場構造および市場特性と密接に係わっている。

（2）コストダウンのインセンティブが働かない

従前の算定会料率制度では、料率の検証や改定を行う際、付加保険料について各社の要したコストの全額を実績として認めることはせず、一定の合理化目標を加味し将来のコストを算出する機能を有していた。したがって、この合理化目標に沿ったコストダウンを図っていかなければ利益の減少をきたすことになり、合理化努力へのインセンティブは働いていたと言える。損害保険会社の殆どが株式会社として運営されており、株主への利益創出や資本市場における有利な資金調達による利益増加へのインセンティブは大きく、それによるコストダウンのインセンティブも大きい

ものがある。

反面、価格に対する規制のない一般事業会社と比較した場合、①合理化努力⇒②コストダウン⇒③短期的な利益増大⇒④料率(価格)の引き下げ⇒⑤中長期的には利益減少、というように、価格決定の循環の中にコストダウンのインセンティブが働きにくいと言う側面を有している。そのため、業界内の競争が質(利益)の競争ではなく、量(売上高=保険料)の競争になり、収益を度外視した過度の売上競争になっていることを十分認識しておく必要がある。

(3) 消費者不在の過当競争

上記(2)でも述べたとおり、従前の算定会料率制度の下では、損害保険商品の料率(価格)決定メカニズムの中にコストダウンのインセンティブが働きにくい側面があり、また、将来の利益が一定保証されていると言う「経営者の安心感」が損害保険会社に存在している事は否めない。その結果、現在の利益を多少犠牲にしてでも売上を増やしマーケットシェアを拡大させることが将来の利益の増大に繋がり、当面の利益を無視した過度の売上競争、マーケットシェア競争を引き起こしている。

さらに、過度の売上競争、マーケットシェア競争は損害保険会社の販売網である代理店数を競うという形でも進められ、その結果、小規模かつ採算性の悪い代理店の乱立や、業務遂行能力に劣る代理店の顧客対応力低下による募集コストの高騰が起きている。

(4) 超過利潤の発生

隣接他産業と比較した場合、損害保険会社

の事業利益は必ずしも過大であるとは言えない。しかしながら、上記(2)および(3)のように、必要以上のコストを費消している実態から見れば、利益水準の多寡をもって社会的からの批判を免れるものではない。

(5) 新商品、新料率体系の改革が遅れている

前節「(1) 利用者ニーズに合致した商品」でも述べたとおり、従前の算定会料率商品そのものの改善や、業法認可料率商品による補完は相当なされてきた。しかしながら、企業物件においては、例えばHPR、マルチロケーション等の引受方式や料率体系等²¹、欧米各社と比較した場合には改革が十分に図られていないことも事実である。

(6) 損害保険会社の自己責任が働かない

主要商品の料率(価格)について、保険会社自らが決定していないという仕組みの中では損害保険会社の自己責任が働いていないと言われても反論し難いものがある。但し、従前の保険業法では算定会料率か否かを問わず損害保険会社に対する規制・監督は事前規制をメインとしており、このような規制・監督の在り方が損害保険会社の自己責任を希薄にしていたことも否定し難い。この点に関しては、自己責任の強化は事前規制の緩和と事後救済の強化の二つが相俟って可能になると思われる。

(7) 共済、キャプティブの台頭

前節「(3) 安定的な供給」でも述べたとおり、従前の算定会料率に不満を持つ層が「共済」に流れ、損害保険事業はマーケットの一部を失っている。これは、共済と損害保

険事業の商品価格差が一因となっており、従前の算定会料率制度の硬直性に問題があったと思われる。

また、近年、大企業を中心にキャプティブ²²設立の動きが盛んである。これは節税の問題よりも、むしろ従前の算定会料率による硬直的な商品・料率体系の中であって、大企業が自社にとって望ましい保険プログラムをキャプティブを利用することにより実現し、損害保険事業の超過利潤の一部を取り戻そうと考えたことにある。

V. 損害保険料率制度の将来像

本章では、料率制度の将来像について、主として損害保険の市場構造・市場特性の変化を予測し、今後どのような仕組みが望ましいかを検討する。

1. 検討の前提

これまで述べたように、従前の算定会料率制度にはデメリットが多いものの同時にメリットも多く見受けられる。「利用者ニーズに合致した商品」、「適正な料率（価格）」、「安定的な供給」の実現は、単に料率制度だけでなく、第Ⅲ章で述べた損害保険の特性と表裏一体となってもたらされる。損害保険の特性のうち、商品特性および事業特性は社会の変化や時代の流れによってあまり変化するものではないが、市場特性は社会情勢によって大きく変わる。従前の算定会料率制度がもたらした様々な社会的批判、すなわち「料率に差が見られない」、「コストダウンのインセンテ

ィブが働かない」、「消費者不在の過当競争」等は、単に料率制度あるいは仕組みだけに起因するものではなく、日本の損害保険事業の市場特性・市場構造と密接な係わりがある。すなわち、①乗合代理店や共同保険の存在からくる独占的競争市場、②ローカル市場が少ない、③アウトサイダーがあまり存在しない、等が深く関与している。したがって、料率（価格）制度の将来像は、10年先、20年先の日本の損害保険の市場特性、市場構造の変化を予測した上で、今後どうあるべきかを検討しなければならない。

2. 損害保険の市場特性・市場構造の変化

表5-1は、1996年の保険業法改正以降の損害保険市場に対する新規参入者の流れを示したものである。自由化以降、生命保険会社、銀行、証券会社、流通系資本等の参入が見られる。さらに、現在金融コングロマリット²³が議論されており、保険・銀行・郵便局間のチャンネルミックスや生損保専門チャンネルの改革が検討されている。

以下、これら新規参入者による損害保険市場の変化を短期的展望と長期的展望とに分けて考察する。

(1) 短期的展望

新規参入者の損害保険市場参入の目的は、本来的・究極的には損害保険市場における収益機会の獲得であり、当面は顧客に対して総合的な金融サービスを提供することにより本業の収益を拡大していくものと思われる。したがって、既存の損害保険会社が現在の商品・料率（価格）制度を守ろうとするのに対

表 5-1 自由化以降の損害保険市場に対する新規参入者の流れ

①1996年10月	子会社による生損保相互参入
②1998年12月	業態間の相互参入 ・保険会社 ⇄ 証券会社 ・保険会社 ⇒ 破綻銀行 ・銀行 ⇒ 破綻保険会社
③1999年10月	業態間の相互参入 ・保険会社 ⇒ 銀行
④2000年6月	銀行等による保険販売解禁
⑤2000年10月	業態間の相互参入 ・銀行 ⇒ 保険会社
⑥2001年1月	子会社の第三分野への参入規制撤廃
⑦2001年7月	本体の第三分野への参入規制撤廃
⑧2001年10月	郵便局での原付バイク自賠責保険取扱開始
⑨2002年10月	銀行による保険販売の対象種目拡大 年金払積立傷害保険, 財形傷害保険, 長期火災保険(店舗併用住宅を追加), 債務返済支援保険(店舗併用住宅を追加)
⑩2005年12月	銀行による保険販売の対象種目拡大 自動車保険以外の個人向け損害保険(事業団体の保険除く)のうち, 団体契約等でないもの又は積立保険, 積立傷害保険
⑪2006年4月	少額短期保険業制度導入
⑫2007年12月	銀行による保険販売の全面解禁

出所：日本損害保険協会 [2006] 『日本の損害保険 ファクトブック』を基に筆者が作成。

し、新規参入者のビヘイビアは既存の商品・料率制度や販売網・販売形態には余りとらわれず、大きな赤字にならない限り採算性にはこだわらないことが考えられる。

(2) 長期的展望

新規参入者はアウトサイダーとして既存の損害保険料率制度に風穴を開けてくることが考えられる。例えば生命保険会社は傷害保険における独自の商品・料率体系を採る事が可能であり、これは銀行、証券会社においても同様である。特に地方銀行の場合は、一定の商圈において極めて経済的影響力が大きく、独自のローカル市場形成により既存の損害保険料率制度に風穴を開けてくる事が十分考えられる。自動車保険や傷害保険のように地域別料率を採用していない種目で、且つ地域別の損害率（収益性）が明確になるものにつ

いてはその影響は甚大である。さらに流通系資本も自らの経営資源を活かす意味からインターネット販売に力を入れる事が予想され、現状の損害保険事業と販売網における競合が生じないため独自の商品料率体系を採る事が考えられる。特に、言わば「待ち」の商売とならざるを得ない営業力の弱さをカバーするために、料率（価格）の差別化に走る可能性が十分あり、アウトサイダーとして既存の損害保険料率制度に風穴を開けてくる可能性が高い。

以上、こうした市場構造の変化を総合して考えると、3～5年という短いレンジで見るとであればともかく、10年、20年という長いレンジで見れば、日本の損害保険市場が今のまま存続している可能性は極めて少なく、多数のアウトサイダーが出現することは必至である。すなわち、①多様な販売網⇒②多様

なローカル市場⇒③多数のアウトサイダーの存在という方向に改革が進むと考えられる。

3. 損害保険市場への影響

先に述べたように、多数の新規参入者はアウトサイダーとして独自の販売網、独自の商品料率体系による事業展開を図っていくものと考えられる。つまり、以下のような形で損害保険事業の経営に影響を与える。

①多様な新商品、新料率体系等による改革の進行

↓

②超過利潤の圧縮

↓

③コストダウンのインセンティブの増大

↓

④量的拡大路線から質的向上路線への転換

- a. 「保険料競争・マーケットシェア競争」から「利益競争」への転換
- b. 販売網の「量的拡大競争」から「質的効率競争」への転換

しかしながら、自動車保険、火災保険等の主力商品は共済を含めれば既に普及率も上限に近いところまで達していることや、時代の変化、社会の変化とともに、この種のリスクをカバーする商品は、相応の成長性や一定の市場があるものの損害保険市場の次代を担うものにはなりにくい。したがって一定期間を経過すれば、日本の損害保険市場の成長性には自ずと翳りが見られてくる。当初はアウトサイダーとして進出してきた新規参入者も、一定の保険料、一定のマーケットを確保した

後は自ずと安定成長に移行する。その結果、アウトサイダーも今度は逆にインサイダーとしてのビヘイビアをとるようになり、自由化以前の状態ではないにしろ一般事業会社および金融業を含んだ形での協調路線に戻る可能性が高い。

4. 望ましい料率（価格）制度の将来像

2007年12月に、銀行による保険販売が全面解禁されたが、今後、新規参入者による新しい商品・料率体系等が出てくることは避けられない。生保あるいは銀行、証券といった他の金融業は販売面が強力であり、彼らを無視して現行の料率制度に固執することは不可能である。しかしながら、一定期間が経過すれば新規参入者も含め何らかの協定を行う必要に迫られることが予想される。但し、これに関してはその根拠を明確にするとともに、何らかの制度上の裏付けが必要になる。

以上から、料率制度の将来像に関する論点は以下のとおり整理される。

①参考料率とは言え、料率遵守に何らかの影響を及ぼす現行の料率算出機構（純率算定会）は、今後アウトサイダーとの競争において火種となる可能性が大きく、また、遵守義務そのものが曖昧である。

②長期的に見た場合、ある程度の協調路線に戻ってくることは明らかであるが、その場合制度的な保証による裏付けが必要である。理屈上、再度独占禁止法適用除外に戻すことも考えられるが、既に独占禁止法の適用除外を外したものが将来独占禁止法適用除外に戻る可能性はなく、また、信頼できる適正な料率の算出という料率論の観点

からも到底あり得ないことである。

③料率算出機構（純率算定会）の役割は純率（原価）の算出であるが、通常の財・サービスにおいて原価までも公開している業界はない。仮に純率（原価）を公開した場合は、徒に付加率に対する社会的非難を受けただけである。つまり、現行の料率算出機構は、長期的には付加率も含めた営業料率協定の火種となり早期の是正が必要である。

以上から、今後取り得る案としては、「料率遵守義務のない営業料率算定会の新設」か、あるいは「付加率も含めた統計作成の共同行為に独占禁止法の適用除外を認める営業料率統計機関の新設」のいずれかである。

この2案の比較において実質的な差はないが、保険業法等に付加率も含めた統計作成の共同行為につき独占禁止法適用除外を認めるという技術的な問題がクリアできるのであれば、社会的に見て「営業料率統計機関の新設」が望ましい。但し、その場合、現在の料率算出機構の単なる移行ではなく、料率算出機構（純率算定会）を廃止し、新しく第三者による「営業料率統計機関（独占禁止法適用除外）」を設けるのが賢明な方法である。また、透明性を図る意味から、一般事業会社、金融アナリストおよび学識経験者等を交えた統計機関とすることが求められる。

VI. 損害保険料率の特殊性

本章は、損害保険料率への理解を助けるために補足したものである。以下、損害保険料率の構成、原価の事後確定性、大数（たいすう）の法則、収支相等の原則、給付・反対給付均等の原則について述べる。これらはすべて保険の特性に起因している。

1. 損害保険料率の構成

損害保険料率は「純率」と「付加率」から構成されている。「純率」は保険金の支払原資となる部分で、「付加率」は商品開発・販売・損害調査等の経費（社費）と代理店手数料、利潤に充てられる部分である。

<p>損害保険料率（営業保険料率）</p> $= \text{純率（将来支払われる保険金の原資部分）} \\ + \text{付加率（社費、代理店手数料、利潤）}$

2. 原価の事後確定性

一般の製造物の場合、製造原価は販売時点に把握することができるが、損害保険商品の場合、販売時点（保険契約の時点）では原価である「純率」を把握することは困難である。なぜならば、損害保険商品が販売され、約定された期間（保険期間）内に保険金支払の事由である保険事故（火災事故、自動車事故等）が発生し、保険金が支払われる結果として、保険会社が負担する支払額が初めて確定するからである。これを原価の事後確定性（原価

の事前不確定性)と言う。また、原価の事後確定性は、保険サービスの販売契約は生産に先立って締結され、売上金(保険料)が費用に先立って収納されることから「価値循環の転倒性(詳細は第三章参照)」とも呼ばれている。

3. 大数(たいすう)の法則

原価の事後確定性を解決するため、損害保険商品の純率(原価)計算において、将来生じる保険事故の頻度や支払保険金の額を過去の経験に基づいて推定することが一般的に行われている。その際、技術的な基礎として「大数の法則」が用いられる。

「大数の法則」とは、ベルヌーイによって確立された確率論・統計学における極限定理の一つで、「経験的確率と理論的確率が一致する」という素朴な意味での確率を意味付け、定義付ける法則である。ある試行において事象が起きる確率(数学的確率、理論的確率等とも言う)が p で、その試行を繰り返し行うとき、ある回の試行が他の試行に影響を及ぼすことがない(独立試行)なら、その事象が起きる比率が試行回数を増やすにつれて近づく値(統計的確率あるいは経験的確率)は p となる。

損害保険の純率計算においては、保険契約や保険金支払に関するデータが多ければ多いほど、大数の法則により保険統計は安定する。但し、地震や風水害などの自然災害は、その発生頻度が小さく、且つ一度発生すると巨大な損害となることがあるため、短期間のデータでは「大数の法則」が機能しないことが多い。その場合は、長期間のデータ(例:地震

保険は500年)に基づき、工学的手法を活用して料率計算を行う。

4. 収支相等の原則

損害保険料率が「大数の法則」に基づいて算出される意義は、同種のリスクを負う多数の経済主体による集団を形成することにより、個々の経済主体においてリスクが顕在化するかどうかは不確実であるとしても、集団全体としては統計的に安定的な損失総額が期待できるからである。それにより、集団全体が保険料として負担する金額の合計と受取る保険金の合計が等しくなる(収支が相当となる)。

保険契約者の数を n 、個々の保険契約者が負担する保険料の平均額を P 、保険事故が発生して保険金を受け取る者の数を r 、1件平均の支払保険金の額を Z とすると、「 $nP = rZ$ 」という式で表すことができる。損害保険はこのような関係を基礎として営むことを求められており、これを「収支相等の原則」という。

5. 給付・反対給付均等の原則

「収支相等の原則」の式の両辺を n で割ると、「 $P = (r/n)Z$ 」となる。 (r/n) は集団において保険金を受け取る者の割合、すなわち保険事故の発生頻度である。つまり、この式は、個々の保険契約者が負担する保険料の平均は、1件平均の支払保険金に保険事故の発生頻度を掛けたもの、すなわち受け取る保険金の期待値に等しいことを表している。

先の「収支相等の原則」が集団全体での収支均衡の必要性を示すのに対し、「給付・反対給付均等の原則」は集団における個々の契約者のそれを示している。仮に集団がまったく同質のリスクを負う保険契約者の集まりであるとすれば、個々の保険契約者は自己の保険金受取額の期待値の高低に応じてこれに等しい保険料を負担しなければならない。しかしながら、現実には個々の保険契約者のリスクが全く同質ということは考え難く、「大数の法則」をより有効に機能させるために保険集団の契約者数を増やせば、逆に同質性は損なわれる。

このジレンマを克服し、同質性と大量性の2つの要素を同時に満たすため、保険会社は、異常危険の免責化、平均から大きく乖離したリスクに対する割増・割引の適用、契約時の危険の選択（アンダーライティング）等、様々な対策をとっている。しかしながら、そうした努力によっても「大数の法則」が機能する規模の集団の完全なる同質化は困難である。ここに損害保険料算出の特殊性がある。

注)

¹ 従前の算定会（損害保険料率算定会および自動車保険料率算定会）は規制緩和により、2002年7月1日に統合し損害保険料率算出機構となった。主な業務は参考料率と基準料率の算出・提供である。火災保険・傷害保険・自動車保険等の国民生活に密着した損害保険については、社会・公共的な観点から、公正で妥当な保険料の算出を通じて安定的な保険の提供が確保されることにある。このため「損害保険料率算出団体」

関する法律」に基づき、損害保険事業の健全な発展と保険契約者等の利益の確保を目的として当機構が設立された。当機構は会員である保険会社等から大量のデータを収集し精度の高い統計に基づく適正な参考料率と基準料率を算出している。その社会的使命は、保険契約者等の利益を守り損害保険事業の健全な発展に寄与することにある。

² EVA等の新しい経営管理指標の導入に関する詳細については、岩瀬 [2007] 『企業価値創造の保険経営』を参照のこと。

³ 2007年4月27日、損保大手6社の自動車保険等の保険金支払漏れの最終結果が判明し、合計で38万件、294億円の支払漏れがあった。2006年9月に公表された前回調査と比べ、件数で5割、金額で8割増加している。

⁴ 1995年6月7日法律第105号をもって改正保険業法が成立し、改正保険業法は外国保険事業者に関する法律および保険募集の取締に関する法律を含め一本化している。同時に、保険業法施行令および保険業法施行規則が成立し、1996年4月1日に施行された。

⁵ 橋本首相が提唱し、1996年から2001年にかけて行われた大規模な金融制度改革を言う。わが国の金融市場を国際的に向上させ、日本経済を再生させる狙いがあった。

⁶ 「第三分野」については、1992年の保険審議会答申で、傷害・疾病・介護分野については、生命保険会社、損害保険会社本体で幅広い取扱いを可能とすることが適当との方向性が示されたが、外国保険事業者を含む中小保険会社に配慮し、その時期及び

方法等について十分配慮するとされ、米国の要求にも配慮した内容となっていた。しかしながら、「第三分野」に強く依存していた米国保険会社は、自分達の既得権に保険制度改革による自由化・規制緩和の悪影響が及ぶことを懸念し、保険審議会答申の内容をより厳密に新保険業法に反映させたいという狙いがあった。これが日米保険協議の動機であるというのが定説になっている。

- 7 正確には「金融システム改革のための関係法律の整備等に関する法律」と言う。金融ビッグバン推進のため、銀行法、保険業法、証券取引法等の一連の法改正を伴い1998年に制定された。新しい投資信託商品や銀行等による投資信託の窓口販売の導入のほか、株式売買委託手数料や損害保険料率の自由化が行われた。
- 8 損害保険料率（営業保険料）のうち、将来支払われる保険金の原資部分に充当される料率を言う。
- 9 損害保険料率算出機構が算出する保険金支払いに充当する金額の保険料率を言う。あくまで参考であり、保険各社は参考料率を使用する義務は負わない。
- 10 医療保険やガン保険、介護保険などの保険商品を言う。第三分野商品は外資系保険会社などに限定して販売が認められていたが、規制緩和で2001年7月から国内大手生命保険会社および損害保険会社の参入が認められた。既存商品の販売が伸び悩む中、少子高齢化の進展などから医療保険を中心とした第三分野商品の販売は急速に伸びている。
- 11 1993年4月の日米首脳会談において、宮

沢首相からクリントン米大統領に日米構造協議に代わる新しい経済協議の枠組みとして提案された。自動車・同部品、政府調達、保険が優先3分野とされている。

- 12 1985年に英国で設立されたダイレクトライオン社は、10年後には自動車保険でトップシェアを誇る会社に成長した。ダイレクト通販は、顧客属性情報を活用し、事故率の低い優良顧客のみをセグメントすることにより損害率を下げ、徹底的な保険料値下げが可能になる。つまり、ダイレクト通販の最大の特徴は、マーケット・セグメンテーションを活用した価格競争戦略である。
- 13 クールノー均衡
- 14 水島 [2006] p.18.
- 15 Chamberlin, E.H. [1933], *The Theory of Monopolistic Competition*, Harvard University Press.
- 16 複数の保険会社と代理店委託契約を締結している代理店を言い、企業内代理店や有力代理店に多く見られる。これに対し、1社だけの保険会社と代理店委託契約を締結している代理店を専属代理店と言う。
- 17 複数の保険会社が共同して引き受ける保険契約を言う。企業物件に多く見られる契約形態である。
- 18 保険会社独自で算出し金融庁長官の認可等を受けて使用する料率を言う。従来保険料率には業法認可料率と算定会料率の2種類があったが、1998年7月1日より算定会料率の遵守義務はなくなり、業法認可料率のみとなった。
- 19 営業保険料率のうち、社費、代理店手数料、および利潤に充当される料率を言う。
- 20 一定の事実（条件）の発生（成就）により

契約の効力が生じる資本取引を言う。

- ²¹ 大企業物件特有の保険契約方式で、HPR (Highly Protected Risk) とは高度な防災設備を有する物件に対する大幅割引を言い、マルチロケーションとは複数の工場構内を包括して契約する場合の大幅割引を言う。
- ²² 自家保険から発展したリスク保有の一形態で、自社のリスクの一部または全部を引き受けるために設立された保険子会社を言う。
- ²³ 銀行、証券、保険など、異なる業態の金融機関で構成される複合企業体を言う。持株会社などの下で、共通の経営戦略を持って相乗効果を高めることが狙いである。

【参考文献】

- 岩瀬泰弘 [2007] 『企業価値創造の保険経営』 千倉書房
- 岩瀬泰弘 [2007] 「損害保険事業の構造上の課題」 福井県立大学地域経済研究所 『地域経済研究第4号』
- 岩瀬泰弘 [2004] 「EVAによる損害保険業態の分析」 『保険学雑誌 第587号』 日本保険学会
- 上山道生 [1997] 『損害保険ビッグバン』 東洋経済新報社
- 岡田太志 [2006] 『保険問題の諸相』 千倉書房
- 木村栄一・野村修也・平澤敦 [2006] 『損害保険論』 有斐閣
- 酒井泰弘 [1996] 『リスクの経済学』 有斐閣
- 全国銀行協会連合会 [1994] 「金融制度改革の概要について」
- 損害保険事業総合研究所 [1995] 『保険業法等の改正—法制懇談会報告について—』
- 損害保険事業総合研究所 [1996] 「銀行の保険販売業務参入について」 『第10回報告書 金融他業態の実情等の調査研究』
- 近見正彦・吉澤卓哉・高尾厚・甘利公人・久保英也著 [2006] 『新・保険学』 有斐閣アルマ
- 日本損害保険協会 [2006] 『日本の損害保険ファクトブック』
- 水島一也 [2006] 『現代保険経済』 (第8版) 千倉書房