

「贈り物」としての 生命保険に関する一考察

兵庫県立大学経営学部

田中 隆

(t-tanaka@biz.u-hyogo.ac.jp)

I .はじめに

本発表の目的等

生命保険が消費者において「贈り物」として表現される傾向⇒
社会学的な議論を中心にその本質的要素を分析⇒
「贈り物」とされる構図について、考察を試みる。

- 生命保険サービスにおいて→ 保険契約に基づき、条件付きで、主として保険金という金銭・貨幣が支払われる。

↓しかし・・・

- この生命保険が消費者から「贈り物」という表現で形容される現象について説明が試みられたことは稀少であった。

- 「贈り物」としての生命保険に関する分析



消費者の生命保険に対する認知・認識における本質的要素を理解し、生命保険販売の理論的・倫理的な基盤を強化し得る。

- 生命保険会社の海外進出が進展する中、生命保険の普及が途上の新興国市場で保険販売を行う際においても、「贈り物」としての生命保険の現象について議論・整理が行われることは、意味がある。
- 本報告では、主に死亡保険領域に焦点を当て、特にViviana A. Zelizer (1989)が指摘する**特殊貨幣(Special Monies)**の議論を主に援用して、考察を試みる。

本報告内容に関わる主要先行研究

○ Jean Baudrillard(1982, 1992)→

消費と物における論理として、消費が記号と差異の論理であることを指摘する中で、特に本報告内容で援用される象徴交換の論理の独自性、贈り物の唯一性を指摘した。象徴交換の永続性、象徴交換と死の関連性についても指摘した。

○ Bruce G. Carruthers and Wendy Nelson Espeland(1998)、 Bruce G. Carruthers and Laura Arioovich(2010)→

貨幣における意味を議論する中で、貨幣の意味が出所等を伴った貨幣のフローや貨幣の発行する側に依存する等、といった指摘を行った。後述のZelizerと類似する部分がある分析。

○ Viviana A. Zelizer(1978, 1979, 1994a)→

19世紀米国の生命保険の普及における社会的な抵抗と受容を議論する中で、生命保険や貨幣と死の関連について指摘。

○ Viviana A. Zelizer(1989, 1994b, 2000, 2011)→

市場貨幣に対して、文化や社会構造等の経済外の要素に影響を受けるとする特殊貨幣(Special Monies)のモデルを指摘した。

○ 上野千鶴子(1996)→

貨幣経済と贈与交換の相違性を説明すると共に、伝統的な交換領域においては、貨幣という媒体が変容することを指摘。

○ 河野愛(2008)→

Zelizerの特殊貨幣、CarruthersとEspeland、上野の議論等に着眼して解説を行い、地域通貨の議論に特殊貨幣の概念を援用。

○ 田村祐一郎(1990, 1995, 2006, 2008)→

生命保険や死に対する日本社会や消費者の姿勢における特殊性を、文化的要因から指摘し、Zelizer(1994a)を紹介すると共に、生命保険と相互扶助との関係についても、指摘を行った。

○ 水島一也(1995, 2006)→

生命保険に対して、日本社会の文化的要因に基づく、日本の保険思想や消費者の合理性の少ない傾向・姿勢を指摘した。

○ 米山高生(2008)→

本報告の関連で、三井生命の募集案内(大正15年)で、妻の反対に関わらず、夫が加入した生命保険契約によって、夫の不幸後に妻が夫の愛情に気付いた物語を紹介。

Ⅱ.「贈り物」としての生命保険 と金銭・貨幣

1.「贈り物」と生命保険

- 生命保険に関する本来的な説明とは異なり、生命保険協会のエッセイ集等においては、「贈り物」というタイトルやニュアンスを伴った作品が多く露見される。

○ 例:

1) 生命保険の保険金支払現場を中心に扱ったNHKドラマのHP
で...

「生命保険は“愛する人への最後の贈り物”とも、“外れない宝くじ”
とも言われています」

2) 生命保険協会の『生命保険と私』において...

「母の贈り物(1999)」、「夫が残してくれたもの(2000)」、「父の贈り
物(2000)」、「最後の贈り物(2001)」、「姑の贈りもの(2003)」等

3) 生命保険文化センターの第51回中学生作文コンクール入賞作品
(2013)の内容において...

「お墓参りの帰り道」、「感謝と愛のメッセージ」、「精霊流しと生命保
険」、「祖母の生き方と私の夢」等→「亡くなった方への思い」、「愛
情」や「優しさ」等という「贈り物」に関するニュアンスが多分に確認さ
れる。

これらの例から見受けられるように……

生命保険にまつわる消費者からの重要な意味を有した「贈り物」という表現、それに類似するニュアンスは、社会的に広く認識されて使用され、社会において根強い、と見なしても、不自然ではないと思われる。

2.「贈り物」としての金銭・貨幣

- 生命保険→ 市場経済の産物として人の死を貨幣に変形し、人命に価格を付け、人の「死」の経済的側面を最も合理的に処理する仕組み(田村, 1995)。
- 生命保険は、保険金という金銭・貨幣を伴う。
- 一方、貨幣経済の浸透は、一般に伝統的な贈与交換のシステムを変質させる(上野, 1996)。
- 多くの場合において、貨幣の使用は、贈与行為の精神を破壊し、危険にさらすとされる(Carruthers and Espeland, 1998)。
- 貨幣は強い経済的意味を伴うために、本来的に贈り物に適さないとされる(Carruthers and Espeland, 1998)。

○ かしながら...

金銭や貨幣自体を贈る行為・慣習等がないわけでもない。

例えば:

1) 「お年玉」、「ご祝儀」、「お餞別」等—

金銭を贈る行為が風習化された行為

→ 日本においては、節目に、金銭・貨幣が贈与される習慣があり、その行為の実践は、違和感どころか、社会的な常識。

2) 著名な文化人が功績をたたえられ、その際に、地元の歴史的出来事と関連した象徴的な金額を授与された事例 (Carruthers and Espeland, 1998)。

3) 慈善の金銭・貨幣(charitable money; Zelizer, 1989)等



貨幣が贈り物となる現象の存在は、本報告での分析の切り口を提供。

Ⅲ. 貨幣における意味と生命保険

1. 貨幣における解釈

生命保険が贈り物となり得る構図については、貨幣についてのさらなる分析を要する。

- 「貨幣とは、交換手段、価値の貯蔵手段、および計算単位の役割を果たすもの (Stiglitz and Walsh, 2012)」
- 「貨幣とは、商品の交換価値を表し、商品を交換する際に媒介物として用いられ、同時に価値貯蔵の手段ともなるもの(『大辞林』第3版)」
- Zelizer(1989, 2000)による、市場貨幣(market money)のモデルに裏打ちされた従来の貨幣の解釈に関する仮定について、本報告に関連する記述が次に提示される。

- ①貨幣の機能と特性は経済学の用語でのみ定義される。貨幣は、何の特質も持たず、絶対的に同質である。
- ②近代社会において全ての貨幣は同一である。貨幣の意味においては差異が存在し得ず、1種類の貨幣「市場貨幣(market money)」のみが存在する。
- ③貨幣価値と非金銭的価値は明確に二分される。近代社会における貨幣は本質的に世俗的で功利主義的なものと定義され、貨幣は質的に中立的(neutral)である。反対に、個人的価値、社会的価値、神聖な価値は、質的に独特なものであり、交換できない。
- ④貨幣は数多くの商品やサービスを市場に取り込む力を持ち、故に貨幣は、社会においてあらゆる物の商品化が不可避となる際の手段である。
- ⑤貨幣が価値観や社会関係によって互酬的に変容されることはまず概念化されない。あるいは否定される(以上、河野(2008)訳を参照)。

- ①、②、③、④、⑤の指摘を検討すると、この後の議論に重要な示唆を提供する。すなわち…
- ①貨幣が何かの特質を有し得ること
- ②貨幣における質的な差異が存在すること
- ③貨幣価値と非金銭的価値が不明確であること
- ④貨幣が関与しても単純な商品等ではないことがあること
- ⑤価値観や社会関係によって貨幣が互酬的に変容すること

等については、従来の説明では該当しない。

つまり…

「贈り物」としての生命保険が存在する一方で、貨幣に関する従来の議論に基づく、この現象についての説明が困難となる。

2.貨幣における社会学的解釈

- Zelizer(1989, 2000)による、市場貨幣のモデルとは根本的に異なる貨幣の社会学モデルの仮定について、本報告に関連する記述が次に提示される。
- Zelizer(1989)は、貨幣における社会的、象徴的意味が組み込まれた特殊貨幣(Special Monies)の概念を提示している。



- ①貨幣は近代の経済市場において主要な合理的手段であるが、市場の領域の外部にも存在し、文化的要因と社会構造的要因(社会関係のネットワークと意味のシステム)によって形成される。
- ②貨幣は単一ではなく、少なくない種類が存在する。それぞれの**特殊貨幣(Special Monies)**は、特定の文化的要因や社会的要因によって形成されるため、質的に独特なものである。市場貨幣も実際には非経済的影響から切り離せない**特殊貨幣**の1種類であり、特定の社会的影響や文化的影響を受ける対象である。

- ③市場現象としての貨幣のみに焦点をあてると、社会的媒体として貨幣が持つ非常に複雑な特性を捉えられなくなる。特定の貨幣は、分割、代替、もち運びが不可能である。また非常に主観的であり、質的には異質なものであり得る。
- ④功利主義的貨幣と非金銭的価値は二分できない。それは、特定の条件のもとでは貨幣も個人的または独特なものとして、無二で、交換できない可能性があるため。
- ⑤文化と社会的構造は、貨幣のフローと流動性に重大な統制と制限をもたらすことで、貨幣化プロセスに避けられない影響をもたらす(以上、河野(2008)訳を参照)。

↓(これらの議論から・・・)

- 非経済的要因は、次のような指摘を体系的に制約し、形成する。
 - a.貨幣の使用:特定の目的に特定の種類の貨幣を使用し、特定の意味を付与すること、
 - b.利用者:特定の貨幣を扱うために、別の人々を指定すること等。
 - c.貨幣の出所:異なった出所を特定の用途につなげること(以上、河野(2008)訳を参照)。

- Zelizerの説明から、以下のことが確認できる。
- ①と②→ 貨幣が文化的要因と社会構造的要因(社会関係のネットワークと意味のシステム)によって形成され、特殊貨幣が特定の文化的・社会的要因によって影響・形成されること
- ③と④→ 貨幣が異質な物で有り得、特定条件下では貨幣も個人的または独特で無二の物であること
- ⑤→ 文化と社会的構造が貨幣のフローと流動性に重大な影響をもたらすこと
- a.貨幣の使用においては、特定の目的と種類、意味が関連すること、
- b.特定の貨幣の扱いに、人の指定があること
- c.特定用途につながる異なる貨幣の出所が存在すること



- これらの議論は、貨幣が文化的・社会的構造要因によって形成され、その貨幣が無二の存在となり、意味を有することを裏付ける。
- 「贈り物」としての生命保険に対して説明を行うためには、Zelizerによる特殊貨幣の概念の援用が可能性をもたらす。

3. 特殊貨幣としての金銭・貨幣

- 貨幣という媒体が伝統的な交換領域に採用された場合、在来の交換領域だけではなく、**貨幣の側もその置かれた文脈によって変容する**(上野, 1996)。
- 貨幣の意味は、普遍的ではなく、その使用を通して創り出され、**コンテクストによって変化する**ものである(Carruthers and Espeland, 1998)。
- 人々は**象徴的な価値**に重きをおき、貨幣の意味を考える傾向もある(Carruthers and Espeland, 1998)。
- 河野(2008)の説明を援用すれば、**特殊貨幣**は、媒体としては通常使われている貨幣と同様であっても、他の貨幣と同基準ではなく意味づけられ、使途に応じて様々な意味づけがされる**大いに象徴的な貨幣**(Zelizer, 1989, 1994b)



これらの議論と特殊貨幣の存在は、「贈り物」としての生命保険に対する説明として、有効性を有する。

- 死亡保険金等も金銭・貨幣であると解釈する一方で、金銭・貨幣が社会的コンテクストの影響を受け象徴的な意味を伴うならば、「餞別」同様に、「贈り物」としての生命保険の現象は、「特殊貨幣」の概念を使うと理解が容易である。
- 死亡保険金は、客観的には、同じ金銭・貨幣であるが、保険金受取人側が「贈り物」として解釈することには、その金銭・貨幣に、社会的コンテクストに影響を受けた社会的意味や象徴的側面が存在している。
- 「贈り物」としての生命保険は、消費者や保険金受取人にとって、社会的意味や象徴的側面を有し、独特・無二で「特殊貨幣」的な存在であることが、解釈できる。

IV.「贈り物」としての象徴性と生命保険

1.特殊貨幣における象徴性

- 死亡保険金における象徴的な条件等は、生命保険における特殊貨幣性を強調。
- 貨幣のステータス (status)はマネー・フロー・ネットワーク(network of monetary flows)における位置に影響される(Carruthers and Espeland, 1998)。
- 金銭・貨幣のステータスは、最も近い出所(proximate source)、究極の出所(ultimate source)等に影響され、どこから来たのか等のステータスが重要であると共に、貨幣の出所はトレースされ、出所の質が重要となる (Carruthers and Espeland, 1998)。
- 保険金受取人側においては、死亡保険金は、モラル的に「適合した貨幣」を越えた「重み」を有する価値(ステータス)を有する。
- それは、究極の出所にあり、被保険者である家族等の「死」という深刻で神聖な事態。

- 死に関わると、貨幣はその交換価値を超越し、象徴的な意味付けを取り込む(Zelizer, 1978, 1994a) という指摘は、生命保険における解釈にも該当
- 19世紀初期頃から→ 生命保険は、経済的に含みのある言葉を多くの伝統的観念の中へ持ち込むことによって、これらの価値に影響を与えた(Zelizer, 1994a)。
- 19世紀後半には→ 死の経済的な定義は、従前よりも受容可能となり、貨幣は、生と死の“神聖さを汚す”のではなく、それらとの結合によって聖なる儀式とされるようになった(Zelizer, 1994a)。
- 生命保険は象徴的な価値を帯び、死に直面する際の新しい形態の儀式として、また後に残される近親者が死者を扱う過程として出現した(Zelizer, 1994a)。

- 究極の出所での貨幣の価値は発行主体に依存するが(Carruthers and Espeland, 1998)、ここでの発行者は亡くなった家族等。



ここでの金銭・貨幣は、神聖性を伴った特殊貨幣的な存在となる。

- 家族にとって、肉親者等の「死」という事態は、非常に深刻で神聖な出来事で、説明困難な意味を与える。
- 説明困難な深刻で神聖な事態が、片や保険金支払の条件であることは、現代に近づくにつれて、生命保険が象徴的な価値を有することになったと、Zelizer(1994a)の説明から解釈される。
- 消費者のエッセイ等からも、このことが窺える。→

例1) 「拝啓 パパ様」

「もう二年・・・そしてあと二年」

(いずれも『第9回: 生命保険と私(2002)』)

→ 好きでなくても保険に加入し、亡くなった夫に対する作者の感謝の思いが綴られている。

例2) 作文 「お墓参りの帰り道」

「精霊流しと生命保険」

(いずれも『生命保険文化センター中学生作文コンクール(2013)』)

→ 中学生の視点から、亡くなった父親、叔父に関する感謝や敬愛の思いが綴られている。

- 愛情深く、健全な家族であれば、生命保険に関連したこのような特別な「重み」のある解釈は、「自然な」感情として、無意識のうちに抱いている。
- 保険金が支払われる事態は、家族等の「死」という深刻で神聖な事態との入れ替わりであり、保険金受取人にとって死亡保険金は、単なる金銭・貨幣ではない、特別な「重み」を有した特殊貨幣的な意味合いを有する。

2.生命保険における象徴性

- 生命保険では、保険金受取人に金銭・貨幣が贈られる。
- 前述のマネー・フロー・ネットワークにおいて、貨幣のステータスは、最も近い出所にも影響を受ける(Carruthers and Espeland, 1998)。
- Baudrillard(1982)等の議論→ 最も近い出所からの生命保険・死亡保険金における「重み」や象徴性に援用可能である。

○ Baudrillard(1982)—消費と物における論理として

- ①使用価値の機能的論理
- ②交換価値の経済的論理
- ③象徴交換の論理
- ④価値/記号の論理

の存在を提起する。



- ①は実用的操作の論理、効用の論理
- ②は等価の論理、市場の論理
- ③は両義性の論理、贈与の論理
- ④は差異の論理、[社会的]地位の論理(図表1)。

この論理に応じて、物は①'道具、②'商品、③'象徴、④'
記号の身分を得る(Baudrillard, 1982)(図表1)。

(図表1)消費と物における論理と論理に応じて物が得る身分

消費と物における論理	物が得る身分
①使用価値の機能的論理 (実用的操作の論理・効用の論理)	①'道具
②交換価値の経済的論理 (等価の論理・市場の論理)	②'商品
③象徴交換の論理 (両義性の論理・贈与の論理、 他の論理と独立)	③'象徴
④価値/記号の論理(差異の論理、 真の消費物の存在条件)	④'記号

- 古田(1986)の説明を参照すると↓

Baudrillardでは、現代の市場社会において③象徴交換の論理のみが、他の①、②、④の論理と独立する(図表1)。

- 現代社会において消費が物の記号的意味を消費する傾向の中で、Baudrillardは、③象徴交換の価値を重要視している。
- 象徴交換は非記号的であり、象徴交換の中で物は物でなく、使用価値も経済的交換価値も持たずに、贈与された物は象徴的交換価値を有する(Baudrillard, 1982)。

- 贈与の論理を伴う象徴性を有する構図

(例: 父母等から贈られた指輪や時計、着物等が、子女にとって強い思いを持つ)

は、生命保険・死亡保険金に対しても該当する。

- 保険金受取人側にとって、保険金が贈られる事態に加え、贈る側が保険金受取人の父母等といった家族等の非常に身近な関係者であるという構図は、死亡保険金がマネー・フロー・ネットワークでの最も近い出所が明確化された貨幣となることを示唆する。

- 純粹贈与の原理を主張する中沢(2003)の指摘を参照すると→

誰かが生命保険商品を購入した場合、購入する側は①'道具、②'商品としての面を検討して購入する。

しかし・・・

契約者・被保険者の死後、前の二つの面を有する生命保険商品は、保険金受取人側にとっては、贈与される行為と家族等からの贈られる行為という構図から、③'象徴に該当する贈与物となる。

- その意味で、保険加入者自身が家族等を保険金受取人に指定する意思を示すことが、無味乾燥な保険証券に「贈り物」のエッセンスを与える。

例1)「私の愛情表現」(『第6回:生命保険と私(1999)』)

例2)「愛する者へ・・・」(『第7回:生命保険と私(2000)』)等のエッセイ



夫から子供達や妻に対しての「贈り物」のエッセンスを含んだ事例。

例3)「愛の証」(『第6回:生命保険と私(1999)』)

例4)「愛の保険」(『第8回:生命保険と私(2001)』)

例5)「思いの証」(『第10回:生命保険と私(2003)』)

等は、作者の兄、父、夫の家族に対する思いや愛情が、実感されている例

○ Baudrillardや中沢(2003)の指摘から →

契約者・被保険者側からの「贈る」行為により、保険金受取人側との両者間で、「物が単なる物でなくなる」現象が生まれ、贈与された「物」として象徴性をまとう。

↓すなわち…

象徴性をまとうことで、生命保険は、保険金受取人側から特殊貨幣的な存在として解釈される。

3.「贈り物」としての生命保険の成立

- 生命保険という経済合理性を有する商品は、保険料支払による対価という実体が存在する一方で、世帯主等の贈与的意思により、意味をまとい、保険金受取人側にとって「特別」な感情を伴った、「特別」な意味を有する。
- さらに被保険者の死後、「死」の象徴的な意味と共に、保険金受取人にとってかけがえのない重要な人の「死」と引き替えに、「特別」な感情を伴って贈与的行為を帯びた死亡保険金は、非常に「特別」な「贈り物」の性質を有する。

例1)「伝えていきますよ、僕らの「思い」」(『第10回:生命保険と私(2003)』)

例2)「親父の遺品」(『第9回:生命保険と私(2002)』)等は、特にこれらの要素を満たした事例。

例3)「尊いお金」(『第6回:生命保険と私(1999)』)における作者の子息による「尊いお金だネ」というつぶやき→ 上述の要素を満たし、神聖性を伴った特殊貨幣的な事例である。

- 深刻で神聖な事態と、特別な存在から贈られるという構図は、この種の特殊貨幣的な事例を生み出す絶対的な背景となり、生命保険は、「贈り物」として特別に「重い」意味を有する存在になる。

- 生命保険は、経済合理的な制度によって構築・維持される一方で、家族の紐帯までに携わる。
- 「贈り物」としての生命保険の現象は、現在の生命保険制度において、経済的・客観的な意味の金銭・貨幣と、贈与性を帯びた特殊貨幣的な金銭・貨幣という消費者側の解釈が関連・併存する現象を示す。
- 「贈り物」としての生命保険が成立する背景としては、現代社会において、経済合理的な保険制度と人々の社会的意味づけを伴った受容がバランスを伴っていることにある。
- 消費者側からのメッセージから、「贈り物」としての生命保険は、現代社会の家族からの生命保険に対する解釈であり、生命保険制度に関する理念的、中心的な基盤をとなり得る。

V.むすびにかえて

- 「贈り物」としての生命保険の現象は、現代社会の生活保障環境下において、消費者側の認識から形成されたものであろうが、参考となるべき示唆を含んでいる。
- 保険者側からすれば、生命保険加入者は無数に存在し、保険者側からも、加入者同士においても、顔の見える存在ではなく、この保険団体の形成は、保険事業においては、現実的に受容すべきものでもある。
- しかしながら、加入者・被保険者側から保険金受取人側に保険金が贈られる事態においては、保険契約に従った手続きが存在する一方で、そこには、明確に顔が見える強い象徴性を伴った行為が存在する。

- 世帯毎の消費者において、このような傾向が存在していることは、保険販売における消費者を捉える上で、改めて強調すべき点である。
- 「贈り物」としての生命保険は主に消費者目線の先にあるが、社会的観念として中身の伴わない現象ではない。
- 生命保険が、単なる需要的な側面だけではなく、社会的な側面で充足された結果が、「贈り物」としての生命保険に表れている。