

## 「贈り物」としての生命保険に関する一考察

兵庫県立大学 田中 隆

### I. はじめに

本報告の目的は、生命保険が「贈り物」として表現される傾向について、社会学的な議論を中心に、その本質的要素を分析することにより、消費者において「贈り物」とされる構図について、考察を試みることである。

生命保険サービスにおいては、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・貨幣が支払われるが、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。

この「贈り物」としての生命保険に関する分析は、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。また生命保険事業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、意味のあることである。

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。

### II. 「贈り物」としての生命保険と金銭・貨幣

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。生命保険は「贈り物」として、消費者から解釈されてきた傾向があるといえる。

生命保険は、保険金という金銭・貨幣を伴う。だが、貨幣は強い経済的意味を伴うために、本来的に「贈り物」に適さないという指摘が存在する。その一方で、「ご祝儀」等を始めとして、貨幣が「贈り物」とされてきた習慣が存在し、貨幣が「贈り物」となる現象の存在が、本報告での分析の切り口を提供する。

### III. 貨幣における意味と生命保険

貨幣についての従来の説明と共に、Zelizer (1989) の指摘から、貨幣の従来の説明においては文化や社会関係の影響が未考慮で、「贈り物」としての生命保険の現象に対して、従来の議論による説明が困難であることが確認される。

一方で、Zelizer (1989) による、貨幣における社会的・象徴的意義が組み込まれた特殊貨幣の概念では、文化的要因や社会的要因によって少なからぬ特殊貨幣が形成されていることが指摘され、本考察において援用の可能性が確認される。

特殊貨幣の概念には、社会的コンテキストの影響を受けた貨幣に社会的意味や象徴的側

【平成26年度大会】

第1セッション（経済・経営・商学系）

報告要旨：田中 隆

---

面が包含されることから、「贈り物」としての生命保険の現象についても理論的な整理が可能となり、「特殊貨幣」的な意味が含まれる、と解釈できる。

#### IV. 「贈り物」としての象徴性と生命保険

保険金を支払う事態は、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、ゆえに、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ことになる。

家族等に対する生命保険は、実質的な贈与行為であり、そこにおける贈与の意思は、無味乾燥な保険証券を単なる「物」から「贈り物」にする。このような贈与における構図から、生命保険は特殊貨幣的な「贈り物」となる。

生命保険という商品は、重要な人の「死」による象徴的な意味に加え、重要な人の「死」と引き替えに贈与行為を帯びることで、社会的意味をまとった特別な「贈り物」となる。すなわち現代社会においては、経済合理的な保険制度と、生命保険を「贈り物」として自然に消費者が受容する姿勢の両方が存在している。

#### V. むすびにかえて

保険団体の固有の性質とは異なり、「贈り物」としての生命保険には、保険契約上の関係を伴いながら、明確に双方の顔が見える強い象徴性が存在する。「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、中身の伴わない現象ではなく、生命保険が、需要的側面・社会的側面の両方で充足された結果である。