



『共済と保険』 60周年を迎えて想うこと

たかの さとし
高野 智

1959年、「共済保険研究」第一号が創刊されました。当時の時代背景として、共済相互間の横のつながりも交流もなく、共通の機関誌などによる情報交換の手段もなかったことから、共済全体を横断した情報、啓蒙、評論の月刊誌があったらいいのではという思いから創刊に至ったと伝え聞いています。これが現在の「共済と保険」誌のはじまりです。そして、のちに日本共済協会が継承することになり、本誌で733号目、なんと60年もの間、「共済、保険、協同組合に関する総合研究誌」として持続的に発行されてきました。これまで長い間、継続して発刊するためにご尽力いただいた関係者の方々やご寄稿いただいた皆様に改めて敬意を表する次第です。

さて、もう20年ほど前のことになりますが、欧州でカーペットバガーという言葉が経済紙などで時々使われていました。このカーペットバガーという言葉は、もともとアメリカで使われていたようで、南北戦争後の再統一時代に、一儲けすることを狙って北部から南部に移動した人たちのことを指したそうです。そして、20年ほど前に欧州で使用されていた時には、節操のない日和見主義者のことを指し、相互扶助の組織を株式会社化する乗っ取り屋という意味で使われていました。

1990年代半ばに、イギリスの相互会社形態のビルディング・ソサエティーと呼ばれる住宅ローンを柱とする金融会社が相次いで、株式会社の銀行に転換したことがあります。株式会社に

転換される時に、相互会社の社員である住宅ローン借入者や預金者に株式が発給されます。この株式売却利益が予期しない「たなぼた」となったわけです。この「たなぼた」を狙って、多くの人が、転換の可能性のありそうなビルディング・ソサエティーに少額の貯金をしまくりました。こういう人たちがカーペットバガーと呼ばれていました。

当然その流れを煽った人たちがいたはずで、同じ流れは、相互扶助の保険組織にも波及し、イギリスだけでなく、米国やオーストラリアなどで多くの相互扶助組織が株式会社化しました。よく事情がわかっていないもともとの契約者は、一時的な「たなぼた」を得て、その時は満足だったかもしれませんが、それらの相互扶助の保険組織が株式会社化したのち、いくつかの会社はその何年か後には、さらに大きな株式会社との統合や買収の対象となり、もとの相互扶助の面影もなくなってしまった会社も少なくありません。一時的な「たなぼた」を得た契約者にとって、本当によかったのでしょうか。結局は、カーペットバガーの流れを煽った人たちが利を得たのではないかと思わざるを得ません。

日本における共済団体は、戦後各種協同組合法制定の流れから、1950年代に続々と設立され現在に至っています。はじめの数十年は、日本経済の発展の流れとともに順調に成長を遂げました。その後バブルの崩壊、リーマンショック、

東日本大震災などの多くの大規模災害、マイナス金利政策など、いろいろと逆境に直面しながら、ほとんどの共済団体は、もともとの使命や理念を変えずに、安定した事業を続け、人々の暮らしに貢献すべく70年近くも存在をし続けてきたと言えます。

この70年ほどの間に、人々の暮らしも大きく変わりました。もともと共済事業は、戦後の復興期という時代背景のなかで、火災共済、生命共済という種目において、万が一のための保障を組合員やその家族に提供するところからはじまりました。その後、車の所有が一般的になり交通事故が増えたりすると、それらに関する保障を提供し、また寿命が伸び高齢社会が進めば、終身ものの保障や介護保障を提供し、大規模自然災害が多発すれば風水害や地震に関する保障の充実を図るという形で、それぞれの共済団体の特性に合わせながら、協同組合というビジネスモデルで、各共済団体は社会の変化に即した保障の提供を持続的に展開してきました。これこそが、社会における共済事業の最大の存在価値だと思うところです。

しかし、残念ながら社会における共済団体の存在価値というのは、組合員や一般市民に対して決してわかりやすいわけではありません。これからますます時代の変化が進んでいくことでしょう。日本の社会的課題である少子高齢社会や人口減少の問題、AIなどテクノロジーの発展による暮らしの変化、そのような社会の変化とともに人々が求める保障のニーズもますます変化し、人々の価値観もさらに多様化していくことでしょう。そのような中、共済団体は、これまでもそうであったように、時代の変化に合

わせ暮らしに必要な保障を提供し続けていくことは言うまでもありません。そして、その存在価値を世間に今まで以上にお知らせしていくことが重要となることでしょう。

世界において協同組合の連合組織であるICA（国際協同組合同盟）では、協同組合の価値を実践に移す指針として、協同組合原則と呼ばれている7つの原則を示しています。くしくもその第5原則「教育、訓練および広報」の後半部分に、「協同組合は、一般の人々、特に若い人々やオピニオンリーダーに、協同組合運動の特質と利点について知らせる。」と記されています。もちろん今までも、どの共済団体もこれは実行してきています。しかし、これからますます人々の価値観が多様となる中、いかにこれを継続して行うかについて、共済事業に携わる者はもっと知恵を絞る必要があるでしょう。

人々の暮らしに係る保障を持続的に提供するという使命は変えてはならないものですが、そのための手段は時代の変化に合わせて柔軟に変えていかなければなりません。社会における共済事業の存在価値を、その時代に応じてきちんと打ち出すことができているならば、たとえカーペットバガーが出現したとしてもなんら恐れることはありません。これは共済事業に携わる者にとって永遠の課題となることでしょう。そして、その課題を乗り越え、共済事業が末永く続いていけば、本誌「共済と保険」も同様に、時代の変化に合わせたさまざまなトピックを取り上げ、持続的に発刊されていくことでしょう。

（日本共済協会 常務理事）